

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Поволжский православный институт имени Святителя Алексия,  
митрополита Московского»

Кафедра экономики и бизнес - развития

Направление подготовки 44.03.01. Педагогическое образование  
Направленность (профиль) Экономическое образование

## **БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Совершенствование коммерческой деятельности «ООО Фабрика  
Качества»: экономические и педагогические аспекты

Выполнила студентка:  
4 курса группы ЭО - 401  
очной формы обучения  
Сахнова Людмила Евгеньевна

Научный руководитель:  
Торхова Анна Николаевна,  
доц., к.э.н.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

**Допустить к защите:**  
Заведующий кафедрой  
экономики и бизнес - развития \_\_\_\_\_ Торхова А.Н.  
(подпись)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Тольятти  
2022

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	8
Глава 1. Теоретические основы коммерческой деятельности предприятия.....	14
1.1. Экономическая сущность коммерческой деятельности .....	14
1.2. Компоненты коммерческой деятельности .....	24
1.3. Методика анализа коммерческой деятельности.....	31
Глава 2. Анализ коммерческой деятельности ООО «Фабрика Качества».....	39
2.1. Общая характеристика предприятия ООО «Фабрика Качества».....	39
2.2. Анализ основных показателей по объему производства и реализации продукции ООО «Фабрика Качества» .....	41
2.3. Общие рекомендации и мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности ООО «Фабрика Качества» .....	57
Глава 3. Педагогические аспекты изучения темы «Фирмы» в предмете «Экономика» для 10 класса.....	68
3.1 Изучение рабочей программы по предмету «Экономика» для 10 классов. .	68
3.2 Разработка интеллектуальной игры «Экономика фирмы на практике» .....	76
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	79
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	82
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	88

## ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях рыночной экономики одним из ключевых элементов успешной организации бизнеса является система организации коммерческой деятельности. Коммерция в сфере товарного обращения - это не что иное, как совокупность коммерческих операций и процессов, направленных на эффективную куплю-продажу и доведение товаров до потребителей с ориентацией на основной спрос и получение реальной прибыли.

На сегодняшний день, любому предприятию очень важно не только функционировать в условиях рынка, но и постоянно контролировать свои основные финансовые показатели для того, чтобы иметь возможность в кратчайшие сроки принять решения по изменению производства. А также незамедлительно производить совершенствование коммерческой деятельности.

В условиях жесткой конкуренции, чтобы удовлетворять самые разнообразные потребности потребителей, крупные и менее крупные предприятия зачастую организуют собственную сеть фирменных магазинов или заключают договоры с оптовыми покупателями (фирмами, предприятиями), стараясь, чтобы они были наиболее длительными, на большие объемы поставок и на сроки, оговоренные в контракте. В то же время, современная организация всегда должна быть готова к тому, чтобы изменить ассортимент выпускаемой продукции и улучшить качество продукции (услуг, работ), расширить номенклатуру предлагаемых потребителю изделий или даже перейти на выпуск новых, обновленных видов продукции, если это необходимо для того, чтобы соответствовать постоянно изменяющимся рыночным условиям в современной экономике [1].

Главным фактором успеха для предприятия является совершенствование его коммерческой деятельности на всем промежутке

времени. В целом, коммерческая деятельность – понятие экономически более широкое, чем торговля, так как в основе торговли всегда лежит коммерция, но не каждая коммерческая деятельность сводится только к торговле.

Коммерческая деятельность является одной из важнейших областей человеческой деятельности, возникших в результате разделения труда. Она заключается в выполнении ряда торгово-организационных операций, направленных на процесс купли-продажи товаров и оказание торговых услуг с целью получения прибыли. От эффективности организации этих процессов зависит рентабельность торговых организаций [2].

В коммерческой организации, основным фактором наращивания прибыльности является управление объемами производства, сбыта и рентабельности продукции [2].

Объем производства и объем реализации продукции являются главными взаимозависимыми показателями. Объем производства - это общее количество штук (или иных единиц измерения - литров, тонн и т. д.) некоего промышленного товара, выпущенное за некоторый промежуток времени, или же динамика выпуска изделий, выражаемая в трудовых или стоимостных показателях. Объем реализации продукции - это общее количество продукции, которое отгрузили клиенту, или количество услуг, которое оказали клиенту за какой-то период — месяц, квартал, год. В условиях ограниченных производственных возможностей и неограниченного спроса потребителей, приоритет чаще всего отдается объему производства продукции, который определяет объем продаж. Но по мере усиления конкуренции и насыщения рынка не само производство определяет объем продаж, а, наоборот, возможный объем продаж является основой разработки производственной программы. В идеале, предприятие должно производить только те товары и в таком объеме, которые оно может реализовать [3].

Главной задачей всех промышленных предприятий является наиболее полное обеспечение спроса и закрытие потребностей населения производимой высококачественной продукцией. Спрос- это экономическая

категория, отражающая желание и возможность потребителей купить какое-либо количество товара по определенной цене в определенное время. При этом если величина спроса рассматривается в рамках макроэкономики, то речь идет о совокупном спросе во всей экономической системе государства [4].

Неотъемлемой частью спроса является предложение, это - понятие, отражающее готовность производителей (поставщиков, продавцов) предложить продукцию (работы, товары, услуги) для реализации на рынке в данное время и на определенных условиях. Темпы роста объема реализации продукции и её производства, изменение структуры и ассортимента, повышение её качества непосредственно влияют на величину издержек, рентабельность и прибыль предприятия. С помощью анализа данных показателей оцениваются результаты деятельности предприятия и обосновываются управленческие решения. Осуществление производственной деятельности связано с использованием множества различных материальных ресурсов, необходимых для создания и переработки изготавливаемой продукции.

Материальные ресурсы являются одним из важнейших элементов затрат предприятия. В современных условиях перехода к рыночной экономике все большее значение приобретают качественные показатели использования материальных ресурсов, например, такие как экономия, снижение материалоемкости продукции и т.д.

Наиболее эффективное использование материальных ресурсов играет огромную роль в организации производственного процесса, поэтому анализ материалоемкости продукции всегда является актуальным вопросом. В ходе анализа очень часто выявляются случаи нерационального использования материалов в производстве; на основании данных, полученных в ходе анализа, принимаются конкретные управленческие решения и меры по устранению отклонений от плана для достижения положительных результатов.

Таким образом, учитывая важность анализа объема, ассортимента и качества продукции, а также важность анализа материалоемкости продукции, следует подчеркнуть актуальность темы данной курсовой работы.

В качестве первого объекта исследования выступает – ООО «Фабрика Качества», основным видом деятельности которого является производство пищевых продуктов, кондитерских и мучных изделий, предоставление профессиональных услуг в области пищевой промышленности и аудита; разработка рецептур товара, персонализированная работа с заказчиками;

Предметом исследования является ассортимент и качество продукции ООО «Фабрика Качества», а также его экономические показатели и коммерческая деятельность. Информационной и аналитической базой исследования является годовая финансовая отчетность за 2020-2021 гг.

Целью работы является разработка мероприятий направленных на совершенствование коммерческой деятельности ООО «Фабрика Качества» путем выявления внутрихозяйственных резервов увеличения объемов производства и реализации продукции.

Для достижения поставленной цели нами были поставлены и комплексно решены следующие задачи:

1. Оценка экономической сущности коммерческой деятельности;
2. Изучение ассортимента и структуры и продаж продукции ООО «Фабрика Качества»;
3. Оценка основных показателей по объему производства и реализации продукции;
4. Разработка мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности предприятия.

В качестве второго объекта исследования выступает учебник по экономике «Экономика. Основы экономической теории» С. И. Иванова.

Предметом исследования является – раздел учебника по экономике «Экономика. Основы экономической теории» С. И. Иванова, под названием «Фирмы».

Целью изучения раздела «Фирмы» является углубление знаний и навыков учащихся в области анализа коммерческой деятельности фирмы путем разработки внеурочного мероприятия под названием «Экономика фирмы на практике».

Для достижения поставленной цели были установлены и решены следующие задачи:

1. Изучить содержание рабочих программ по экономике в 10 классах;
2. Изучить содержание темы «Фирмы»;
3. На основе данных ООО «Фабрика Качества» подготовить интеллектуальную игру и провести её.

Выпускная квалификационная работа включает в себя три главы.

Структура ВКР включает в себя следующие элементы:

1. Титульный лист;
2. Оглавление;
3. Введение;
4. Основная часть, состоящая из трех глав;
5. Заключение;
6. Список используемых источников;
7. Приложения.

В первой главе выпускной квалификационной работы рассмотрены теоретические основы коммерческой деятельности предприятия, анализа ассортимента его продукции и реализации товара.

Вторая глава посвящена экономическому анализу коммерческой деятельности на ООО «Фабрика Качества», а также разработке мероприятия по увеличению объемов производства предприятия и его финансовых результатов.

В третьей главе рассматриваются педагогические аспекты изучения темы «Фирмы» и разрабатывается интеллектуальная игра на тему «Экономика фирмы на предприятии».

В заключении сформулированы основные выводы о проделанной выпускной квалификационной работе.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты и предложенные мероприятия, могут в дальнейшем быть использованы предприятием для улучшения его коммерческой деятельности. Разработанные практические задания по предмету «Экономика» могут быть внедрены в образовательный процесс.



## **Глава 1. Теоретические основы коммерческой деятельности предприятия**

### **1.1. Экономическая сущность коммерческой деятельности**

В современном мире, с каждым годом становится все больше и больше конкуренции на рынке, в том числе в сфере общественного питания. Чтобы держаться на плаву и быть успешными в этой отрасли, владельцам предприятий нужно уделять большое внимание всей коммерческой деятельности предприятия, а также тому, как производится и успешно ли реализуется производимый товар. На практике, коммерческую деятельность зачастую рассматривают как особый, определенный вид предпринимательской деятельности, который осуществляется в сфере обращения всех товаров и услуг [21]. Также коммерческой называют любую деятельность, главная цель которой получение прибыли. Коммерческая деятельность в розничной торговле – это важнейшая составляющая всей системы деятельности предприятий в условиях экономики рынка и конкуренции. По существу, коммерческая деятельность, это покупка, которая в конечном итоге является реализацией, то есть продажей какого-либо товара произведенного за какой-то период времени. Предмет продажи – это товар, предмет покупки – потребные для производства товара ресурсы: финансовые, кадровые, материально-технические [39, 53].

Торговые организации и предприятия, а также физические лица, занимающиеся предпринимательством, в процессе коммерческой деятельности, изучают рынок сбыта товаров: кому, куда и в каком количестве поставлять, спрос платежеспособного населения, тем самым определяют потребность в производимых товарах и определяют необходимый объем производства, выявляют источники поступления и поставщиков товаров, устанавливают с ними связи, ведут розничную и

оптовую торговлю, занимаются рекламно-информационной деятельностью. [18,19]. Кроме того, проводится тщательная работа по формированию ассортимента продукции и его качества, управлению товарными запасами, оказанию торговых услуг. Все эти операции взаимосвязаны и выполняются в строго определенной последовательности [32].

Коммерческая деятельность носит в себе объективную и субъективную составляющую. Объектами коммерческой деятельности на потребительском рынке являются товары и услуги.

В качестве субъектов коммерческой деятельности выступают как юридические, так и физические лица, наделенные правом ее совершения.

Коммерческая деятельность сводится не только функциям купли и продажи, но также предусматривает выполнение более расширенного спектра операций различного содержания и характера: от исследования спадов и подъемов спроса на продукцию, поиска партнеров (поставщиков) и заключения сделок, до доставки уже готовой продукции прямо на место потребления [12]. Рассмотрим подробно функции коммерческой деятельности в розничной торговле:

1. В зависимости от места в структуре воспроизводственного цикла, направленности и содержания, представляющих коммерческую деятельность процессов и результатов принято выделять следующие функции:

- материальное и техническое обеспечение;
- сбыт продукции.

2. По характеру поступающих процессов функции разделяются:

– на функции экономического характера – они устанавливаются процессами

движения экономической содержательности предмета коммерческой деятельности (товара), его выработыванию и оценки;

– функции технологического характера – устанавливаются процессами движения вещественного превращения предмета коммерческой деятельности (товара), его формирования и изменения.

3. По роли в достижении основного экономического результата функции делятся:

- на основные, совершаемые на платной основе между контрагентами. К ним относят операции по обмену товарными группами, техническими и информационными услугами, научными и техническими сведениями;
- обеспечивающие, связанные с товародвижением (операции по перевозкам, страхованию, хранению грузов, продвижению) [43].

Таким образом, коммерческая деятельность в торговле – это координационная и оперативная деятельность по совершению операций производства, обмена товарными и материальными ценностями в целях удовлетворения безграничных потребностей потребителей и приобретения большей прибыли.

Термин «торговля» имеет два толкования: в одном случае он означает самостоятельную отрасль народного хозяйства (торговлю), в другом – торговые процессы, направленные на осуществление актов купли-продажи товаров. Коммерческая деятельность связана со вторым понятием торговли – торговыми процессами по осуществлению актов купли-продажи с целью получения прибыли [32].

Схема объектов коммерческой деятельности представлена в Приложении А. [32]

Все операции, выполняемые в процессе организации коммерческой деятельности на предприятии подразделяют на ключевые и поддерживающие. К ключевым операциям относят товарный обмен и куплю-продажу товаров. Поддерживающие операции включают продвижение товаров и услуг конечным покупателям. На рисунке 1 представлена структура коммерческой деятельности [10].



Рисунок 1 - Структура коммерческой деятельности

Структура коммерческой деятельности, представляет из себя систему взаимозависимых операций, каждая из которых является важнейшей её составляющей.

Представим каждую операцию в структуре коммерческой деятельности.

1. Выбор поставщиков для заключения коммерческих связей: исследование источников поставки товаров и потенциала поставщиков; выбор оптимального варианта товародвижения и экономическое обоснование выбранного варианта; распределение между коммерческими партнерами функций по продвижению товара на потребительский рынок [14].

2. Коммерческая деятельность по установлению связей с оптовыми поставщиками: подготовка проекта договора; определение вида хозяйственных связей; переговоры с поставщиками и заключение с ними договора/контракта на поставку товара [14].

3. Осуществление закупочной деятельности: выбор методов закупок и экономическое обоснование выбранных методов; осуществление оптовых закупок; документальное сопровождение; анализ закупочной деятельности [14].

4. Информационное обеспечение: исследование покупательского спроса и конъюнктуры рынка; изучение производственных возможностей и предложения; выявление конкурентных преимуществ розничного предприятия [14].

5. Координация товарно-материальных ресурсов: формирование товарных запасов в соответствии с рыночным спросом и условиями поставок; экономическое обоснование размера товарных запасов; оперативное принятие решения о размере товарных запасов при изменении рыночных условий [17].

6. Коммерческая деятельность по продаже товаров: формирование структуры ассортимента товаров в соответствии с обслуживаемым сегментом покупателей; выбор оптимальных методов продажи товаров; стимулирование продаж товаров; использование мерчендайзинговых инструментов.

7. Рекламное обеспечение: экономическое обоснование применение рекламы продвижения товара; выбор методов рекламы, рекламных средств и инструментов; анализ эффективности рекламы; формирование благоприятного имиджа розничного предприятия [41].

8. Установление потребности в товарах: определение структуры ассортимента; определение размеров и сроков поставок; исследование потребностей рынка.

9. Сервисные услуги: определение комплекса услуг в соответствии с покупательским спросом, выполнение предпродажных и послепродажных услуг; оказание обязательных и дополнительных услуг во время продажи товара [44].

Рассмотренные выше аспекты коммерческой деятельности дают возможность определения основных направлений деятельности предприятия, характерных для продажи товара на потребительский рынок:

1. Формирование коммерческих связей с партнерами на основе договорных отношений с розничным предприятием;
2. Деятельность по закупке товаров;
3. Коммерческая деятельность по продаже товаров и услуг;
4. Формирование ассортиментной политики и управление товарными запасами;
5. Рекламная поддержка продвижения товара на потребительский рынок [45,46].

В процессе организации коммерческой деятельности на всех этапах выполняются функции, которые разделяют на коммерческие (торговые) и технологические (производственные). [14]

Коммерческие процессы включают в себя процессы товарного обмена, т.е. все операции в торговле, связанные с изменением стоимости. [15].

Коммерческие процессы можно классифицировать на следующие виды:

- исследование и составление прогноза покупательского спроса, исследование и анализ потребительского рынка;
- определение источников поставок товаров и выделение экономически целесообразных поставщиков;
- формирование договорных отношений с партнерами по поставке товаров и услуг, контроль выполнения договорных отношений с партнерами, контроль движения информационных и финансовых потоков между партнерами и розничным предприятием;
- осуществление закупочной деятельности через выявленные источники поставок;

– определение форм и методов розничной продажи товаров, выбор наиболее оптимального, использование мерчендайзинговых инструментов при продаже и продвижении товаров;

– рекламная и информационная поддержка продажи и продвижения товаров в розничной торговле;

– формирование ассортимента товаров в соответствии с покупательским спросом и требованиям потребительского рынка, оптимизация товарных запасов на складах розничной торговли и в торговом зале [16].

Технологическим процессам свойственен производственный характер. В основном, технологические процессы связаны с созданием, производством и перемещением товара как на предприятии, так и вне его.

При осуществлении технологических процессов используются такие виды ресурсов, как: финансовые, трудовые, транспортные и энергетические. В связи с этим, при организации деятельности на предприятии, необходимо уделять особое внимание оптимизации технологического процесса с целью сокращения всех используемых ресурсов. [42]

Сущность производственной деятельности заключается в коммерческом интересе и состоит в создании экономических благ, необходимых для удовлетворения разнообразных потребностей общества. В рыночной экономике производство осуществляют те хозяйствующие субъекты, которые желают и способны принять наиболее эффективную организацию и технологию производства, поскольку они обеспечивают им наибольшую прибыль.

Для совершенствования деятельности предприятия, существуют следующие принципы коммерческой деятельности:

1. Неразрывная связь коммерции с маркетингом. Сущность современной концепции маркетинга состоит в том, чтобы «производить только то, что будет куплено», т.е. создание нужного рынку товара и потребителя в одно и то же время.

2. Гибкость коммерции должна проявляться в своевременном учете требований рынка, для чего необходимы изучение и прогнозирование товарных рынков, развитие сбытовой рекламы, внедрение инноваций, изменение при необходимости профиля деятельности предприятия и организационных структур коммерции [23].

3. Умение предвидеть коммерческие риски. Коммерческий риск – это возможные убытки в коммерческой работе. Он может быть определен как сумма ущерба, понесенного вследствие неверного решения и расходов по его реализации. Коммерческий риск может возникнуть в результате воздействия непредсказуемых внешних (инфляция, действия конкурентов, стихийный бедствий и т.д.) и внутренних факторов (ухудшение финансового состояния фирмы, невыполнение договорных обязательств контрагентами, порчи грузов при транспортировке и т.д.). Коммерческая деятельность без рисков невозможна. При планировании коммерческой деятельности важно предусмотреть влияние всех возможных рисков. Для этого необходимо использование максимально возможного объема информации [23].

4. Выделение приоритетов в коммерческой деятельности не менее важно, чем в производстве. Реализация этого принципа предполагает постоянное изучение и знание всех деталей коммерческой деятельности.

5. Проявление личной инициативы. Личная инициатива определяется личностными характеристиками каждого человека, работающего в сфере коммерции и культурой труда. Личностные характеристики формируют основу деловых качеств коммерсанта [20].

6. Высокая ответственность за выполнение принятых обязательств по торговым сделкам – это принцип, который создает репутацию коммерсанту в деловом мире.

7. Нацеленность на достижение конечного результата – прибыли [23].

Процессы и операции, происходящие в сфере коммерции, бывают двух видов: чисто торговые (коммерческие); производственные (технологические). Чисто торговые (коммерческие) – это процессы,



направленные на осуществление актов купли-продажи товаров с целью получения прибыли и связанные со сменой форм стоимости. Это – организация коммерческих связей между продавцами и покупателями, изучение покупательского спроса на товары, сбытовая реклама, сервисное обслуживание покупателей, в т.ч. выполнение для них некоторых дополнительных услуг, страхование товаров при их доставке покупателям [13].

Производственные процессы (технологические), происходящие в коммерции, являются продолжением производства в сфере товарного обращения. Это доставка товаров от производителей к покупателям и потребителям, хранение, управление товарными запасами, упаковка, расфасовка, подсортировка и другие [24].

По сфере применения коммерческую деятельность можно разделить: коммерческая деятельность на промышленном предприятии (закупочная и сбытовая); коммерческая деятельность в сфере товарного обращения (коммерческо-посредническая деятельность) [7].

Коммерческая деятельность современного предприятия включает в себя формирование торгово-технологических процессов, обеспечивающие максимальное получение прибыли и конкурентоспособность [26].

Исходя из этого, главными целями коммерческой деятельности розничного предприятия являются:

- поиск рациональных поставщиков, с целью обеспечения торгового процесса;
- организацию взаимовыгодного сотрудничества с потребителями и партнерами по продвижению товара, формирование системы товародвижения в рамках эффективной закупочной деятельности;
- формирование устойчивых конкурентных преимуществ розничного предприятия на потребительском рынке;
- получение экономической эффективности [11].

На основе вышесказанного можно сформулировать основные задачи организации коммерческой деятельности в розничной торговле:

- исследование рыночной конъюнктуры;
- изучение потребительского спроса;
- формирование партнерских связей с субъектами коммерческой деятельности;
- формирование ассортимента в соответствии с покупательским спросом и требованиями рынка;
- управление товарными запасами;
- расширение сегментов сбыта товаров;
- минимизация издержек торговых и технологических процессов [38].

Помимо целей и задач существуют предмет и метод коммерческой деятельности.

Итак, предметом коммерческой деятельности являются коммерческие процессы, совершаемые на промышленных предприятиях и в сфере товарного обращения.

Субъектами коммерческой деятельности являются промышленные, торговые и торгово-посреднические предприятия. Многообразные экономические связи между субъектами коммерческой деятельности образуют специализированную коммерческую систему, через которую осуществляется современная коммерческая деятельность. [8]

Совокупность приемов исследования коммерческой деятельности представляет собой методологию коммерческой деятельности. Методология включает в себя как общенаучные, так и специальные методы познания (исследования).

К общенаучным методам исследования относятся методы наблюдения, эксперимента, сравнения, аналогии и т.д. [5,6].

Специальные методы включают анкетные опросы покупателей, экспертные оценки, экономико-математические расчеты, обеспечивающие определение экономической эффективности коммерческой деятельности.

## 1.2. Компоненты коммерческой деятельности

Результат деятельности коммерческого предприятия обязан всегда сопутствовать целой процедуре торговой работы с контрагентом, согласно определенному предлогу в определенных обстоятельствах. В нынешних обстоятельствах акцентируют 3 элемента коммерческой работы. На рисунке 2 представлены компоненты коммерческой деятельности сложившиеся на современном этапе становления и формирования коммерческой деятельности. Совместно с выше сказанным, коммерческую работу в торговле определяют следующим способом:

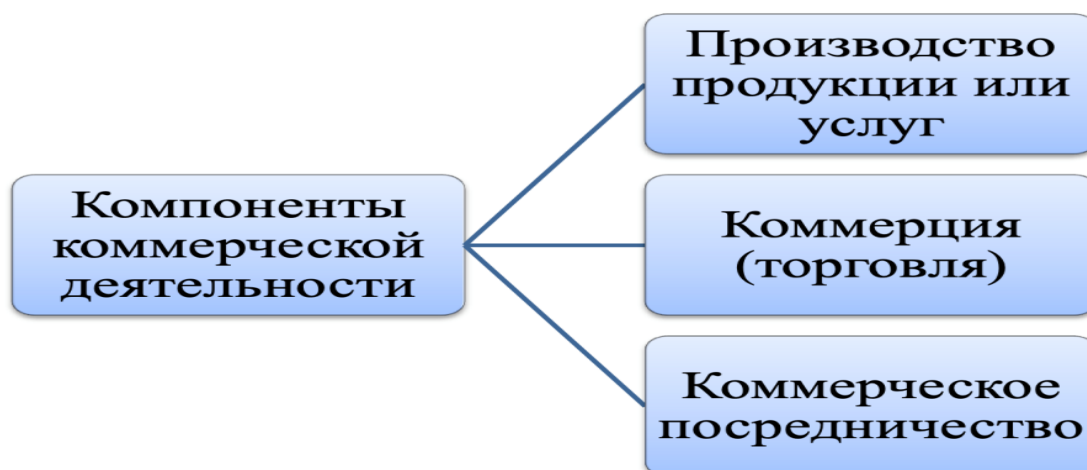


Рисунок 2 - Компоненты коммерческой деятельности

Каждый из компонентов коммерческой деятельности является неотъемлемой частью любого производства. Торговля конечным продуктом производства, является основной целью предприятия [9].

Для наиболее эффективного осуществления процесса купли-продажи необходимо соблюдать порядок выполнения взаимосвязанных операций, отражающих организационный и коммерческий характер всего процесса [10].

Последовательность осуществления процесса купли-продажи представлена на рисунке 3.

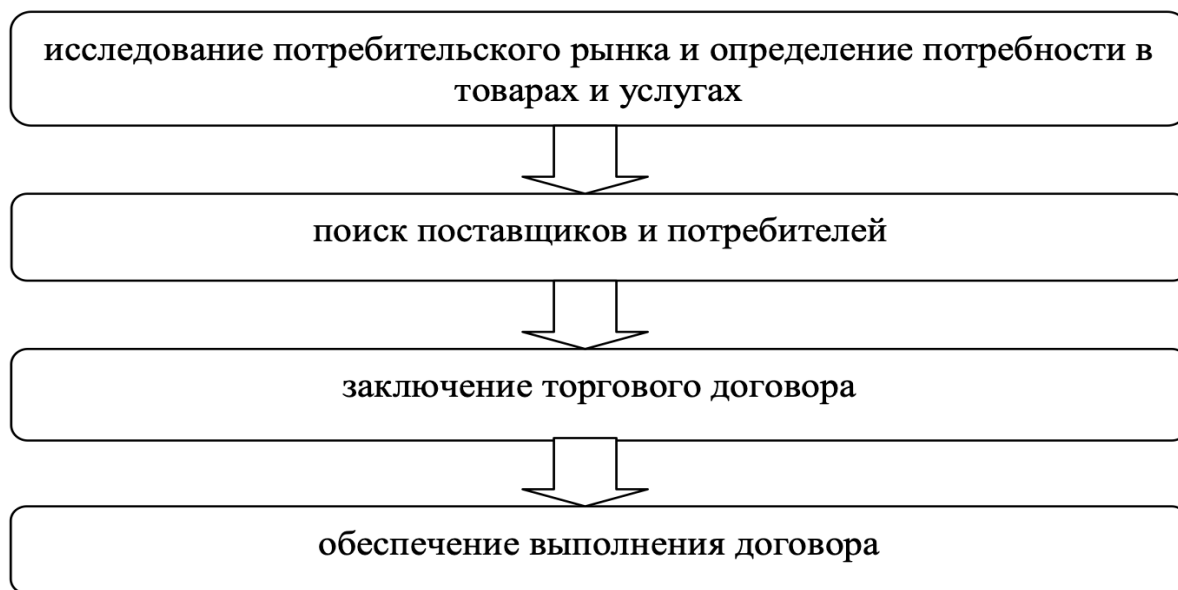


Рисунок 3 - Последовательность осуществления процесса купли-продажи

В соответствии с рассмотренной схемой последовательности купли-продажи товаров можно утверждать, что именно коммерческая деятельность является взаимосвязанным процессом между двумя основополагающими сферами производства и потребления, а также процессом сбыта и товарного обмена. Все операции, выполняемые в процессе коммерческой деятельности, влияют на результативность работы любого предприятия [44].

Производство и потребление всегда были неразрывно связаны между собой, ведь зачем нужно производство в отсутствии потребления. И также наоборот, что потреблять людям в отсутствии производства? Производство является процессом создания материальных благ и услуг, необходимых для существования и развития общества. Созданные в процессе производства блага завершают своё движение в процессе потребления. Потребление является целью производства лишь во вне рыночных системах хозяйства. В системе рыночного хозяйства непосредственной целью производства является получение прибыли. Постоянно повторяющийся процесс

производства называется общественным воспроизводством. Общество не может перестать потреблять, не может и перестать производить, следовательно, общество не может существовать, не воспроизводя постоянно все элементы производства.[48].

Производство – это особый процесс создания различных видов экономического продукта. Экономика не может перестать производить конечные продукты, которые в случае их реализации, приобретают функции товара. Производство может остановиться только в том случае, если у человека не будет потребностей, а такого не произойдет никогда. Производство это– вечный двигатель экономики. От поколения к поколению, от одной социальной системы к другой, производство менялось: от сельского хозяйства к промышленности, а дальше к науке. [22]

Но для того, чтобы производство успешно функционировало, и итогом его работы был прирост прибыли, предприятию нужно непрерывно контролировать все основные экономические показатели.

Для этого, в экономике существует такое важное понятие, как анализ производства и реализации продукции. Данный анализ является основополагающим в любом коммерческом производственном процессе, цель которого - прибыль.

Анализ и оценка объемов выпущенной продукции проводится во взаимосвязи и сопоставлении с реализацией продукции, поскольку данные показатели тесно связаны между собой. Совершенно очевидно, что любое коммерческое предприятие должно выпускать только ту продукцию и в таком объеме, который может быть востребован покупателями, следовательно, реализован. Поэтому планирование и формирование производственной программы должно строиться на основе маркетинговых исследований рынка, его насыщенности, покупательских предпочтений, жесткости конкурентной борьбы, наличия конкурентных преимуществ выпускаемой продукции и других параметров влияния внешней среды. Если же спрос в какой-либо момент становится неограниченным, необходимо из

имеющихся финансово-хозяйственных возможностей по максимуму наращивать объем производства.

Согласно точке зрения Н.П. Любушина, целью анализа объемов производства и продаж продукции является нахождение путей увеличения объемов реализации по сравнению с конкурентами, расширять долю рынка при максимальном использовании производственных мощностей и в результате - увеличить прибыль организации.

Объем производства и объем реализации продукции являются основными взаимозависимыми показателями, которые содержат в себе основу всей коммерческой деятельности любого предприятия. В современных условиях ограниченных производственных возможностей и неограниченного потребительского спроса приоритет отдается объему производства продукции, который, в дальнейшем, определяет объем продаж. Однако по мере насыщения рынка и усиления конкурентной борьбы не производство определяет объем продаж, и наоборот, возможный объем продаж является основой разработки производственной программы.

Содержательный анализ экономической литературы позволяет сделать вывод о том, что дискуссионным моментом является определение основных задач анализа объемов производства и реализации продукции. Основными задачами анализа, по мнению Н.П. Любушина, являются:

- оценка степени выполнения производственной программы и плана продаж продукции;
- оценка динамики выпуска и продаж продукции;
- оценки выполнения договоров по объему, ритмичности поставок, качеству и комплектности продукции;
- установление причин снижения объемов производства и неритмичности выпуска;
- выявление внутрихозяйственных резервов увеличения выпуска и реализации продукции;

Цели анализа могут быть следующими:

- оценка результатов производственно-хозяйственной деятельности для подведения итогов работы и обоснованного ее стимулирования;
- анализ производства и реализации продукции с целью оперативного воздействия на ход производственного процесса;
- анализ выполнения производственной программы для прогнозирования возможных результатов [52].

Увеличение объема производства и реализации продукции, повышение ее качества непосредственно влияют на размер затрат, прибыль и рентабельность организации. Поэтому анализ данных показателей имеет большое значение.

Другие авторы, такие как Савицкая Г.В., Чуев И.Н. и Чуева Л.Н., Войтоловский Н.В. дополнительно выделяют еще одну задачу: разработка мероприятий по использованию внутрихозяйственных резервов для повышения темпов роста продукции, улучшения ассортимента и качества [52].

Также Савицкая Г.В., Любушин Н.П., Чуев И.Н. и Чуева Л.Н. выделяют следующие объекты анализа:

- объем производства и реализации продукции в целом и по ассортименту;
- качество и конкурентоспособность продукции;
- структура производства и реализации продукции;
- ритмичность производства и реализации продукции [52].

Для измерения объемов производства и продаж в экономическом анализе используются различные показатели. Г.В. Савицкая выделяет следующие показатели:

- стоимостные;
- натуральные (штуки, метры, тонны и т. д.);

- условно-натуральные (тонны условного топлива, тонно-километры и т.д.);
- трудовые (нормо-часы затрат труда) [52].

Натуральные показатели используют при анализе объемов производства и реализации продукции по отдельным видам и группам однородной продукции.

Условно-натуральные показатели, как и стоимостные, применяются для обобщенной характеристики объемов производства продукции. Например, на консервных заводах применяется такой показатель, как тысячи условных банок т.д. Нормативные трудозатраты также используются для обобщенной оценки объемов выпуска продукции - в тех случаях, когда в условиях многопродуктового производства невозможно выразить общий его объем в натуральных или условно-натуральных измерителях. Объем производства характеризуется валовой и товарной продукцией, а объем продаж - реализованной или проданной продукцией [34].

В настоящее время предприятия, в процессе коммерческой деятельности, самостоятельно планируют и определяют перспективы развития исходя из спроса на производимую продукцию, работы и услуги. Ориентиры для коммерческой деятельности любой организации задают ее планы производства и продаж производимых товаров, план развития и т. д.

Основными источниками информации для анализа производства и реализации продукции на коммерческом предприятии, по мнению И.Н. Чуева, служат:

- бизнес-план предприятия, оперативные планы-графики;
- отчетность ф. №1-П (годовая) «Отчет по продукции», ф. №1-П (квартальная) «Квартальная отчетность промышленного предприятия (объединения) о выпуске отдельных видов продукции в ассортименте», ф. №1-П (месячная) «Срочная отчетность промышленного предприятия (объединения) по продукции», ф. №2 «Отчет о прибылях и убытках»,



ведомость №16 «Движение готовых изделий, их отгрузка и реализация» и др. [555]

Главный блок фактической информации о предприятии - данные бухгалтерского учета. Они включают документы и регистры учета продукции: приемо-сдаточные накладные, ведомости выпуска продукции за месяц, карточки складского учета, накладные на отгрузку продукции, счета-фактуры и т. д. [37].

Также, важными исходными документами для анализа являются хозяйственные договоры с покупателями продукции (работ, услуг). Они содержат информацию о номенклатуре, объеме, качестве, комплектности, упаковке, цене, сумме договора, порядке и сроках отгрузки, порядке расчетов и доставки, санкциях за нарушение условий. На основании договоров предприятия формируют портфель заказов по объему и номенклатуре продукции и, исходя из своих производственных возможностей, планируют объемы производства продукции, составляют графики сдачи ее на склад и отгрузки покупателям.

Детальный план с расшифровкой объемов и сроков выпуска продукции называется производственной программой. Производственная программа коммерческого предприятия – это основной раздел годового и перспективного бизнес-плана, в котором описана стратегия по развитию предприятия. При разработке производственной программы учитываются потребности отечественного и мирового рынков в товарах организации, общая рыночная ситуация, состояние конкурентных организаций и отраслей. Производственная программа обеспечивает сбалансированность коммерческих показателей производства и продаж в течение планируемого года. [40]

Структура анализа и оценки результатов производства и реализации продукции представлена на рисунке 4.

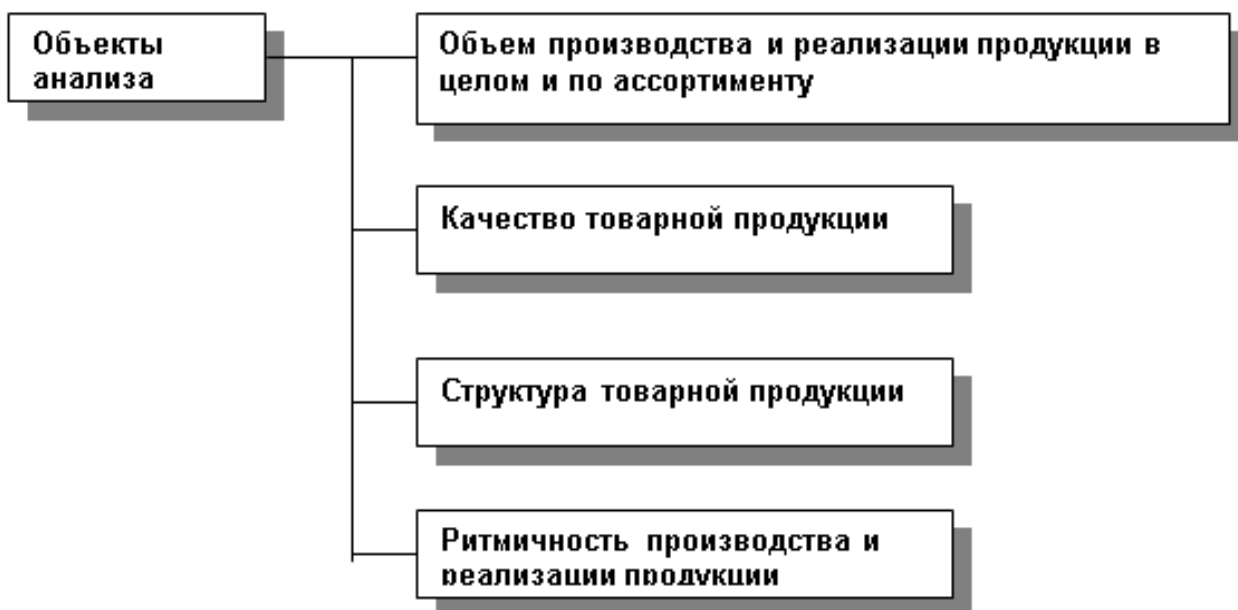


Рисунок 4- Структура анализа результатов производства и реализации продукции

Объектами анализа результатов деятельности предприятия являются основные компоненты его производства. Основные коммерческие показатели, такие как объем производства, продаж и товара являются фундаментальными при функционировании предприятия любой направленности. Без анализа данных показателей невозможно в полной мере оценить, насколько успешное положение на рынке занимает та или иная компания. А при обнаружении, каких либо проблем, принять меры по их устранению. Существуют различные способы и методики анализа коммерческой деятельности [49].

### 1.3. Методика анализа коммерческой деятельности

Коммерческая деятельность любого предприятия, конечной целью которого является получение прибыли, состоит из двух основных аспектов, таких как производство и реализация продукции. Для достижения основной

цели, данные показатели нужно своевременно контролировать и анализировать, но это невозможно сделать без знания особых методик такого типа анализа [7].

На сегодняшний день существует множество различных методик анализа объемов производства и продаж продукции. Авторы выделяют разное количество этапов для проведения анализа.

Г.В. Савицкая в работе «Экономический анализ» выделяет следующие этапы:

1. Анализ динамики и выполнения плана производства и реализации продукции;

Данный этап предполагает:

- анализ динамики выпуска и реализации продукции;
- оценка выполнения плана по производству и реализации продукции;
- оперативный анализ производства и отгрузки продукции;
- анализ выполнения договорных обязательств по поставкам продукции;
- оценка риска невостребованной продукции.

2. Анализ ассортимента и структуры продукции;

3. Анализ качества продукции;

4. Анализ ритмичности работы предприятия;

5. Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции [52].

В работе «Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности» Г.В. Савицкая дополнительно рассматривает еще несколько этапов:

- анализ положения товаров на рынках сбыта;
- анализ конкурентоспособности продукции [52].

Важнейшим направлением внутрихозяйственного анализа деятельности предприятия является контроль, за выполнением основной производственной программы выпуска продукции в натуральном и стоимостном выражении. Поэтому авторы под редакцией Л.Т. Гиляровской уделяют особое внимание следующим аналитическим процедурам: исследование и оценка выполнения плана по производству продукции, а также его динамики в целом по предприятию и подразделениям - цехам основного производства.

А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий в работе «Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности» уделяют большое внимание анализу ассортимента и качеству продукции [51].

Однако, не смотря на большое разнообразие подходов к анализу объемов производства и продаж продукции, следует отметить тождественность этих методик. Авторы, в том числе Г.В. Савицкая, Н.П. Любушин, Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина и другие, для анализа объемов производства и продаж продукции обязательно выделяют следующие этапы:

- анализ динамики и выполнения плана производства и реализации продукции;
- анализ ассортимента и структуры продукции;
- анализ качества продукции;
- анализ ритмичности работы предприятия;
- анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции; [0000]

Для характеристики объемов производства и реализации применяют следующие показатели: валовая продукция, выпущенная продукция и реализованная продукция (объем продаж).

1. Валовая продукция (ВалП) характеризует общий объем промышленного производства предприятия за определенный период.

2. Выпущенная продукция (ВП) характеризует объем продукции, подготовленный предприятием для передачи в народнохозяйственный оборот.

Она отличается от валовой продукции тем, что в нее не включаются изменения остатков незавершенного производства, полуфабрикатов и инструментов собственного производства, а также внутрихозяйственный оборот.

3. Реализованная продукция (РП) характеризует объем продукции, отгруженной покупателям, выручка по которой признана в бухгалтерском учете.

Все перечисленные показатели взаимосвязаны следующим образом:

$$\text{ВалП} = \text{ВП} + (\text{НЗПн.п.} - \text{НЗПк.п.}), \quad (1)$$

где, ВалП – валовая продукция

ВП – выпущенная продукция

НЗПн.п., НЗПк.п. – остатки незавершенного производства, полуфабрикатов и инструментов собственного производства соответственно на начало и конец периода

$$\text{РП} = \text{ВП} + (\text{ОГПн.п.} - \text{ОГПк.п.}), \quad (2)$$

где, РП – реализованная продукция

ОГПн.п., ОГПк.п. – остатки готовой продукции на складах соответственно на начало и конец периода

Для измерения объемов производства и продаж в экономическом анализе используются различные показатели:

1. Стоимостные:

- полнестоимостные (оптовые цены предприятий);
- элементнестоимостные (нормативная заработная плата, нормативная стоимость отработки, нормативная чистая продукция, чистая продукция);

2. Натуральные (штуки, метры, тонны и т.д.);

3. Условно-натуральные (тонны условного топлива, тонно-километры и т.д.);

4. Трудовые (нормо-часы затрат труда) [49,55];

Стоимостные показатели, являющиеся универсальными для любой сферы материального производства. Стоимостная оценка отражает объем производства, объем отгруженной (реализованной) продукции, переходящие остатки незавершенного производства.

Натуральные показатели (штуки, метры, тонны и другие физические единицы измерения), наиболее точно указывают на объем выпущенной продукции, служат расчетной базой основных технико-экономических плановых заданий, исходными данными для определения потребности предприятия в рабочей силе, сырье, топливе, электроэнергии, оборудовании, производственных площадях [50].

Условно-натуральные показатели предназначены для обобщающей характеристики объемов производства и реализации однородной, однотипной продукции, но разной по содержанию, качеству и назначению, например, с разным содержанием полезного вещества. На ремонтных предприятиях — количество условных ремонтов, в обувной промышленности — условные пары обуви и т.д. [50]

Нормативные трудозатраты используются также для обобщающей характеристики, когда невозможно применение натуральных и условно-натуральных показателей при многономенклатурном производстве [54].

Трудоемкость произведенной продукции в нормо-часах рассчитывается произведением нормативной трудоемкости обработки одного изделия и количества обработанных изделий данного вида. Если работа не подлежит нормированию, показатель трудоемкости определяется в человеко-часах. [47]. Система показателей производственной программы представлена в Приложении Б.

Источниками информации для анализа служат:

1. Бизнес-план, производственная программа, график производства;

2. Отчетность о выпуске продукции за ряд лет;
3. ведомость выпуска продукции;
4. Главная книга;
5. Журнал ордер No 11;
6. Накладные на отпуск продукции;
7. Рекламации, акты на брак, сертификаты качества;
8. Технологическая и конструкторская документация;
9. Спец. Наблюдения.

В современных условиях никто сверху не устанавливает предприятиям жестких заданий по производству продукции. Однако ясно, что (такие же жесткие задания определяются заключенными договорами поставок) динамика, наращивание производства продукции, его внутрифирменное планирование и выполнение программы выпуска продукции также являются важнейшими характеристиками коммерческой деятельности предприятия. Понятно, что производство продукции определяет и финансовые результаты хозяйственной деятельности [40].

План реализации (сбыта продукции) служит основой для составления общехозяйственных и внутрифирменных смет затрат на производство и реализацию товаров. 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 [33, 34].

К объему реализации продукции собственного производства относятся:

1. Выручка от реализации (продажи) всех видов продукции, произведенной в рамках производственной деятельности предприятия;
2. Выручка от реализации (продажи) товаров на основе давальческих сделок с другими предприятиями в стране или за границей (включая переработку двальческого сырья);

3. Выручка от реализации (продажи) электроэнергии, тепла, газа, пара, воды собственного производства;

4. Выручка от реализации других видов продукции собственного производства [31].

Внутренние факторы, влияющие на выбор формы планирования можно условно разделить на следующие группы:

1. Факторы ресурсного обеспечения производства. К ним относятся производственные факторы (основные фонды, трудовые, финансовые, материальные, энергетические и др. ресурсы), т.е. все, без чего невозможно производство продукции и оказание услуг в количестве и качестве, требуемых рынком.

2. Факторы, обеспечивающие желаемый уровень экономического и технического развития предприятия. Во главу угла ставятся организационная и производственная структуры управления, профессиональный и квалификационный уровень управленческих кадров.

3. Важную роль играет технико-технологическое оснащение производства, использование прогрессивных технологий, что позволит снизить издержки производства и, соответственно, повысить прибыль предприятия. Обновление оборудования и применяемых технологий способствует повышению гибкости производства и обеспечению выпуска конкурентоспособной продукции.

4. Факторы, обеспечивающие коммерческую эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия, в первую очередь, маркетинг. Эти факторы оказывают серьезное влияние на повышение конкурентоспособности предприятия. Предприятие стремится осуществить наиболее эффективные способы производства, снабжения, сбыта продукции, требуемой рынку, завоевать новые рынки сбыта, стимулировать увеличение объемов производства, и т.д. [31].

По итогу, нами была рассмотрена методика анализа объемов и реализации производимой продукции. Рассмотрели основные формулы и



понятия, а также факторы и ознакомились с источниками финансовой информации на предприятии. Ознакомились с различными показателями, благодаря которым происходит измерение объемов производимой продукции.

## **Глава 2. Анализ коммерческой деятельности ООО «Фабрика Качества»**

### **2.1. Общая характеристика предприятия ООО «Фабрика Качества»**

ООО «Фабрика Качества» под таким названием существует уже 8 лет, а в целом, как игрок на рынке малого предпринимательства, более 10. Все эти года предприятие достаточно успешно функционирует и стремительно развивается, повышая квалификацию своих работников и качество производимой продукции.

Организационно-правовой формой предприятия является: Общество с ограниченной ответственностью. (Таблица 1).

Юридический адрес: 445007, Самарская область, г. Тольятти, ул. Новозаводская, д. 10, литер А

Дата регистрации: 31 марта 2015 года

Статус: действует (8 лет на рынке)

Уставный капитал: 10000 руб.

Система налогообложения: УСН (Упрощенная система налогообложения)

Среднесписочная численность работников: 95 человек (по данным ФНС на 1 января 2021 г.)

Генеральным директором данной организации является: Евсеев Антон Александрович

Таблица 1 – Основные реквизиты организации ООО «Фабрика Качества»

Полное наименование организации	Общество с ограниченной ответственностью «Фабрика Качества»
Генеральный директор	Евсеев Антон Александрович
Адрес	445007, САМАРСКАЯ, ТОЛЬЯТТИ, НОВОЗАВОДСКАЯ, 10, А,
Уставный капитал	10000 т.руб
ОКФС	Частная собственность
ОГРН	1156320008470
ИНН	6324060434
КПП	632401001
БИК	043601607
ОКПО	42539799

Организационная структура предприятия и должностная инструкция ООО «Фабрика Качества» представлена в Приложении В. Она включает в себя структурированную схему, где прописаны должности (директор, зам.директора, главный бухгалтер и др.), подчиненные отделы (отдел продаж, отдел снабжения, отдел хоз.части) и цеха (кондитерский цех) [55].

Отдел продаж занимается реализацией и сбытом производимой продукции, отслеживает передвижение товара из точки А в точку Б, а также наличие и остатки товара в магазинах.

Отдел снабжения занимается закупом необходимого сырья, упаковки и санитарной одежды для сотрудников (халаты, перчатки, одноразовые шапочки).

Отдел хозяйственной части занимается закупом хозяйственных товаров, товаров для уборки помещения.

Должностные обязанности генерального директора ООО «Фабрика Качества» представлены в Приложении Г.

Должностные обязанности главного бухгалтера ООО «Фабрика

Качества» представлены в Приложении Д.

Должностные обязанности бухгалтера ООО «Фабрика Качества» представлены в Приложении Е.

Основным видом деятельности ООО «Фабрика Качества» является разработка, изготовление и продажа изделий пищевой промышленности, таких как: переработка и консервирование мяса; производство хлеба, мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения; производство сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, пирогов, бисквитов, предназначенных для длительного хранения; производство какао, шоколада, и сахаристых кондитерских изделий [55].

У ООО «Фабрика Качества» множество цехов и подразделений, отвечающих за разные категории товаров и продуктов питания. Данная выпускная квалификационная работа направлена на рассмотрение производства кондитерских и хлебобулочных изделий. (ОКВЭД 10.71).

## **2.2. Анализ основных показателей по объему производства и реализации продукции ООО «Фабрика Качества»**

Для того, чтобы оценить эффективность работы ООО «Фабрика Качества», была составлена сводная таблица с основными экономическими показателями, а также были просчитаны все изменения за 2020-2021 годы. (Таблица 2)

Таблица 2 - Динамика основных технико-экономических показателей ООО «Фабрика Качества», тыс.руб.

/п	Показатели	2020 год	2021 год	Абс откл 2021 к 2020	Отн откл 2021 к 2020 (%)
	1	2	3	4	5
1	Выручка	96 354	86 801	-9 553	90,1
2	Себестоимость продаж	61 954	59 405	-2 549	95,9
3	Валовая прибыль	34 400	27 396	-7 004	79,6
4	Управленческие расходы	30 851	25 302	-5 549	82,1
5	Коммерческие расходы	2 818	1 614	- 1 204	-42,7
6	Прибыль (убыток) от продаж	731	480	- 251	- 34,3
7	Прочие доходы	8	145	137	1712,5
8	Прочие расходы	305	404	99	32,4
9	Прибыль (убыток) до налогообложения	434	221	- 213	49,07
10	Текущий налог на прибыль	87	96	9	10,3
11	Чистая прибыль (убыток)	347	125	-222	63,9
12	Численность персонала	95	95	0	100
13	Рентабельность продукции	0,56	0,2	-0,35	62,5
14	Рентабельность продаж	0,36	0,14	-0,22	61,1
15	Выработка на одного работающего	1 014,2	913,6	-100,6	9,9
16	Затраты на 1 рубль реализации С/В	0,96	0,97	0,01	1,04

Проанализировав таблицу 2, мы можем сделать вывод о том, что основные экономические показатели очень динамичны. Валовая прибыль в 2021 уменьшилась на -7 004 000 руб., по сравнению с 2020. Рентабельность

продукции в 2020 году составляла 1,2%, а в 2021 году 0,8%, что говорит нам о снижении рентабельности продукции на 0,4%. Рентабельность продаж так же снизилась, в 2020 году она составляла 0,75%, в 2021 году уже 0,55%, снижение составило 0,2%.

Чтобы иметь наиболее полное представление о работе предприятия, о динамике реализации его продукции, спадах и подъемах на рынке, необходимо проанализировать данные финансовой отчетности за последние 5 лет, а именно 2017 – 2021 годы.

Таблица 3 – Динамика объема реализации продукции за 2017-2021 годы в ООО «Фабрика Качества»

Год	Объем реализации, тыс. руб.	Абсолютный прирост объема реализации продукции, тыс.руб.		Темп роста объема реализации, %		Темп прироста объема реализации, %	
		Пред. год	Базис. год	Пред. год	Базис. год	Пред. год	Базис. год
2017 баз	102 632	-	-	100	100		
2018	103 456	824	824	100,8	100,8	0,8	0,8
2019	99 137	-4 319	-3 495	95,8	96,6	-4,2	-3,4
2020	96 354	-2 783	-6 278	97,2	93,9	-2,8	-6,1
2021	86 801	-9 553	-15 831	90,1	84,6	-9,9	-15,4

Проанализировав таблицу 3, можно прийти к выводу, что динамика объема реализации продукции ООО «Фабрика Качества» за последние 5 лет резко ухудшилась. Абсолютный прирост объема реализации продукции в 2018 году составлял 824 тыс.руб., когда уже в 2021 году он составил – 9 533 тыс.руб., так же заметны значительные ухудшения по темпу роста объема реализации продукции. В 2018 году он составлял 100,8%, в 2021 составил 90,1%, разница составила 10,7%. Темп прироста объема реализации продукции сократился с 0,8% за 2018 год, до -9,9% на 2021 год. Полученные данные из таблицы представлены в виде диаграммы. (Рисунок 5).

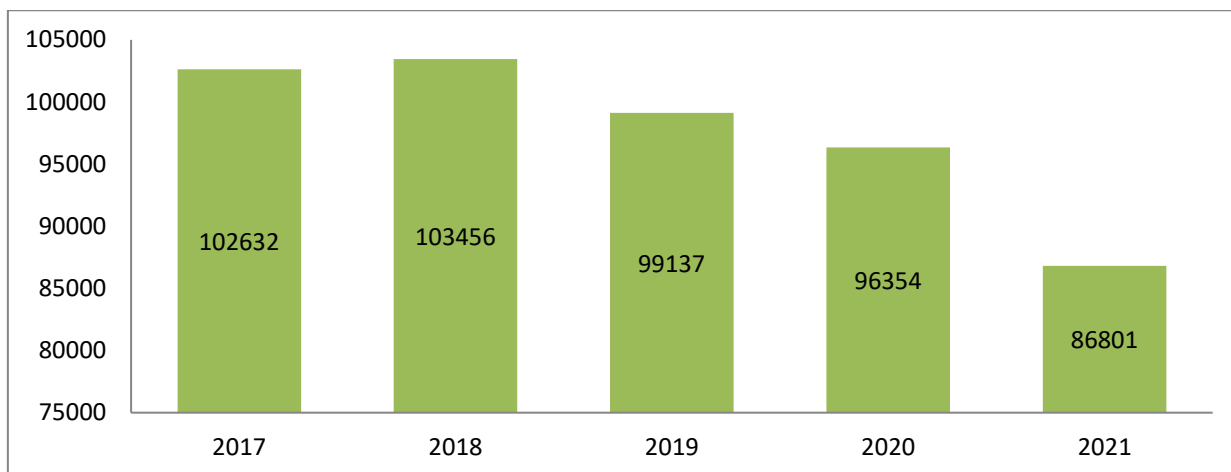


Рисунок 5 - Динамика объема реализации продукции за 2017-2021 годы в ООО «Фабрика Качества», тыс.руб.

Данная диаграмма наглядно демонстрирует ухудшение объемов реализации продукции с 2017 по 2021 годы. Благодаря ей мы видим, что наименьший объем реализации пришелся на 2021 год, что говорит об уменьшении спроса на готовую продукцию.

Для обеспечения наиболее полного удовлетворения потребностей населения необходимо, чтобы предприятие выполняло план не только по общему объему продукции, но и по ассортименту.

При формировании ассортимента и структуры выпуска продукции предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой, наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении. Система формирования ассортимента включает в себя:

- определение текущих и перспективных потребностей покупателей;
- оценку уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой к выпуску продукции;
- изучение жизненного цикла изделий на рынках, принятие своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов

продукции и изъятие морально устаревших и экономически неэффективных изделий;

– оценку экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции.

Рассмотрим проведенный анализ выполнения плана, по ассортименту продукции представленный в таблице 4.

Таблица 4. Выполнение плана по ассортименту продукции за месяц (май) в ООО «Фабрика Качества», 2021 год

Вид продукции	Объем производства, тыс.руб.		Абсолютное отклонение	Темп роста, %	Зачтено по ассортименту, тыс. руб.
	план	факт			
Торты	337 218	433 600	96 382	128,58	337 218
Печенье	113 934	131 374	17 440	115,31	113 934
Хлеб	39 195	51 325	12 130	130,95	39 195
Пирожные	59 184	73 362	14 178	123,96	59 184
Пироги	17 297	22 609	5 312	130,71	17 297
Карамель	5 833	5 146	- 687	88,22	5 146
Итого	572 661	717 416	144 755	125,28	571 974

Оценка выполнения плана по ассортименту продукции производится с помощью коэффициента, который рассчитывается путем дробления общего фактического выпуска продукции, зачтенного в выполнение плана по ассортименту, на общий плановый выпуск продукции.

$$K_{ac} = \text{фак. выпуск прод. зачт. по ассортименту} / \text{общ. план}$$

(3)

Из чего следует,  $K_{ac} = 571\,974 / 572\,661 = 0,998$  или 99,8%

Анализ таблицы показал, что полученное значение коэффициента равно 99,8%. Данный показатель говорит нам о том, что план по ассортименту не выполнен. При этом темп роста составил 125,28%. Разница между планируемым и фактическим результатом составляет 144 755 тыс.руб. Итого зачтено по ассортименту 571 974 тыс,руб. Полученные данные из таблицы представлены в виде диаграммы. (Рисунок 6).



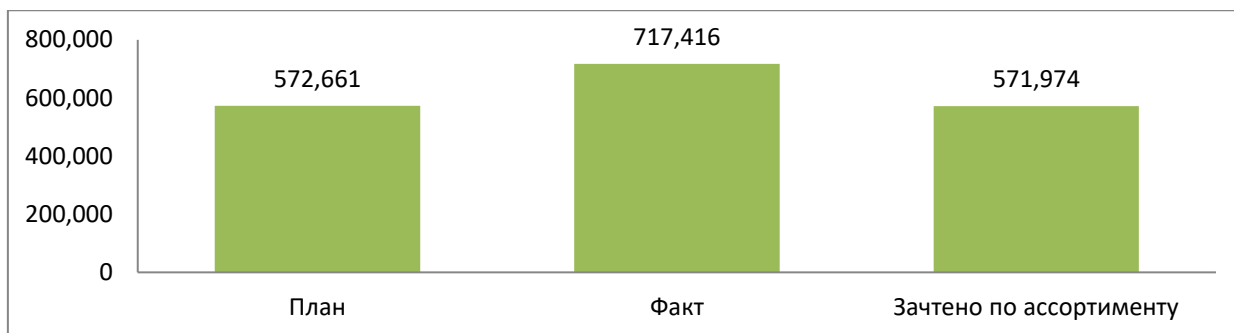


Рисунок 6 - Выполнение плана по ассортименту продукции за месяц май в ООО «Фабрика Качества», 2021 год, тыс.руб.

Благодаря диаграмме мы видим, что фактическое выполнение плана по ассортименту продукции превышает плановое. Это говорит о том, что предприятию удастся продавать свой товар в большей степени, чем запланировано.

При анализе выполнения договорных обязательств поставки товаров может использоваться зачетный метод, при этом в зачет включается объем товара в пределах плана.

Таблица 5. Анализ выполнения договорных обязательств по отгрузке товара за май в 2021 году, шт.

Вид товара	Потребитель	План поставки по договору	Отгружено по отчету	Недоставка товара (шт)	Зачтенный объем в пределах плана
Торты	40 Лет Поб., 9; Цветн. б-р, 29 А; Л.Чайкиной, 85; Мира, 51/55; Мира, 100; Вечкан. Е.С.; 40 лет Победы, 49 В; 70 лет Октября, 33	327 713	327 613	100	327 613

## Окончание таблицы 5

Пирожные	40 Лет Поб., 9; Цветн. б-р, 29 А; Л.Чайкиной, 85; Мира, 51/55; Мира, 100; Вечкан. Е.С.; 40 лет Поб., 49 В; 70 лет Октября, 33	217 320	217 000	320	217 000
Печенье	40 Лет Поб., 9; Цветн. б-р, 29 А; Л.Чайкиной, 85; Мира, 51/55; Мира, 100; Вечкан. Е.С.; 40 лет Поб., 49 В; 70 лет Октября, 33	162 039	161 784	255	161 784
Карамель	40 Лет Поб., 9; Цветн. б-р, 29 А; Л.Чайкиной, 85; Мира, 51/55; Мира, 100; Вечкан. Е.С.; 40 лет Поб., 49 В; 70 лет Октября, 33	35 646	34 998	648	34 998
Итого		742 718	741 395	1 323	741 395

По итогам анализа данных в таблице 5 следует, что за отчетный месяц по договорам о поставке недопоставлено товара на общее количество 1 323 шт., что составляет 17 % от общей заявленной суммы по договорам. Полученные данные из таблицы представлены в виде диаграммы, шт. (Рисунок 7)

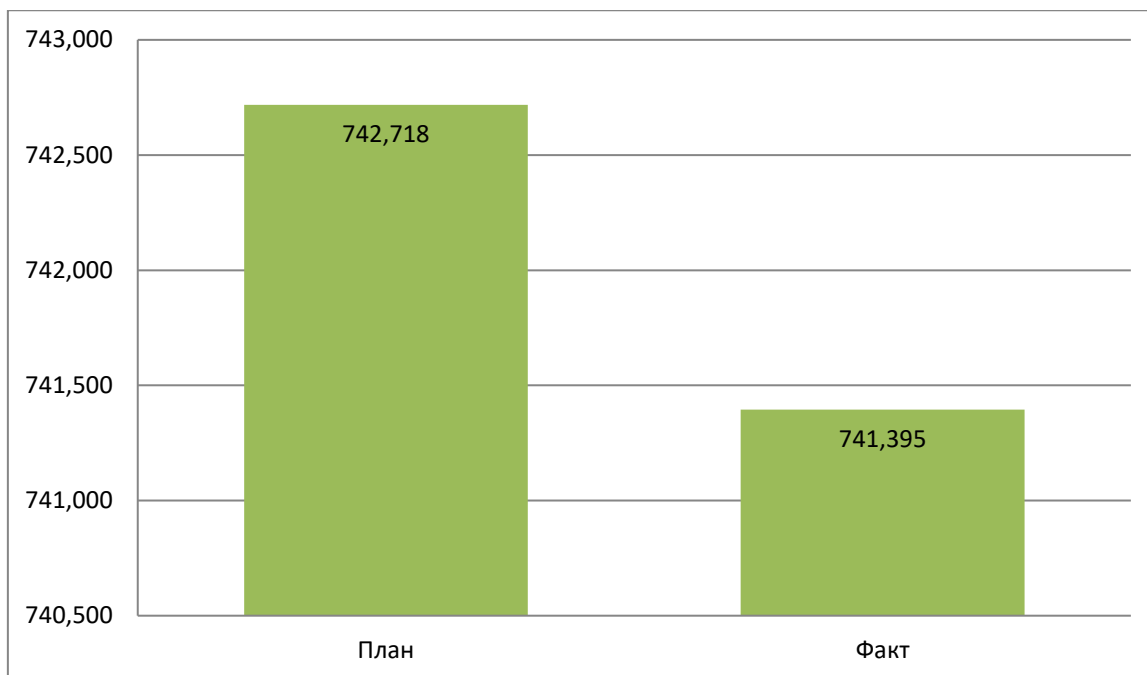


Рисунок 7 - Анализ выполнения договорных обязательств по отгрузке товара за май в 2021 году, шт.

Анализ выполнения договорных обязательств ведется работниками отдела сбыта. В процессе анализа определяется выполнение объема поставок ежемесячно и нарастающим итогом с начала года в целом по организации, в разрезе отдельных договоров, сроков поставки, потребителей и видов товаров, выясняются причины невыполнения плана, и дается оценка деятельности по выполнению договорных обязательств.

Невыполнение плана по договорам для организации оборачивается уменьшением выручки, прибыли, выплатой штрафных санкций. Кроме того, в условиях конкуренции организация может потерять рынки сбыта товара, что повлечет за собой спад производства [29,30].

Для того, чтобы иметь полное представление о работе предприятия в течение всего года, нам необходимо проанализировать экономические показатели по объему реализации продукции за весь год (12 месяцев) благодаря чему мы сможем представить график сезонности. (Таблица 7).

Таблица 6. Объем реализации всей пекарной продукции в разрезе за 12 календарных месяцев, 2021 год

Месяцы	Объем реализации, (шт.)		Выполнение плана, %
	План	Факт	
Январь	697 411	697 452	100,1
Февраль	674 539	674 554	100,2
Март	712 831	718 076	100,7
Апрель	577 362	617 362	106,9
Май	572 661	717 416	125,3
Июнь	550 348	538 348	97,8
Июль	521 456	512 089	98,2
Август	490 789	479 468	97,7
Сентябрь	632 743	640 307	101,2
Октябрь	615 989	616 224	100,01
Ноябрь	617 345	617 378	100,05
Декабрь	710 486	716 885	100,1
Итого	7 373 960	7 545 559	102,3

Из таблицы 6 можно увидеть, что практически на всем промежутке времени фактический объем реализации продукции, превышает плановый, что говорит о достаточно высоком спросе на продукцию. Но есть месяца, где план не выполняется. Так, например, в июне план выполнен лишь на 97,8%, что является достаточно низким показателем. В июле выполнение плана составило 98,2%, а в августе 97,7%.

Самый наименьший объем реализации продукции приходится на месяц – август, а самый наибольший на – декабрь. Из чего можно сделать вывод, что летом «сладкая» продукция пользуется спросом у потребителя меньше всего. А вот к новому году, спрос на неё максимальный. Это может происходить по ряду причин, основную из которых играет роль сезонности.

Полученные данные из таблицы 6, были представлены в виде диаграммы, шт.

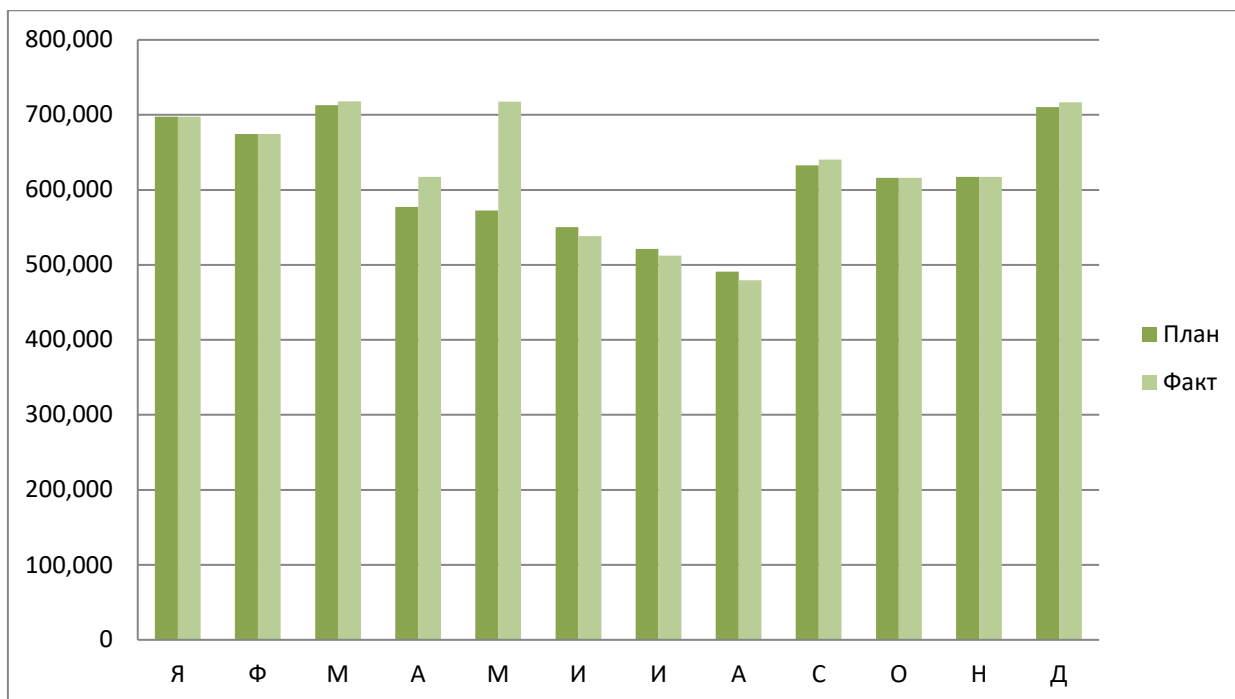


Рисунок 8 - Объем реализации всей пекарной продукции в разрезе за 12 календарных месяцев, 2021 год

На диаграмме наглядно видно, что продажи сладкой продукции в летние месяцы находятся в упадке. Для того, чтобы в полной мере оценить, какое количество товара реализовывается через торговые точки в городе Тольятти, был создан рисунок 9, который наглядно демонстрирует объем реализованного товара, в целом за год. (Рисунок 9).

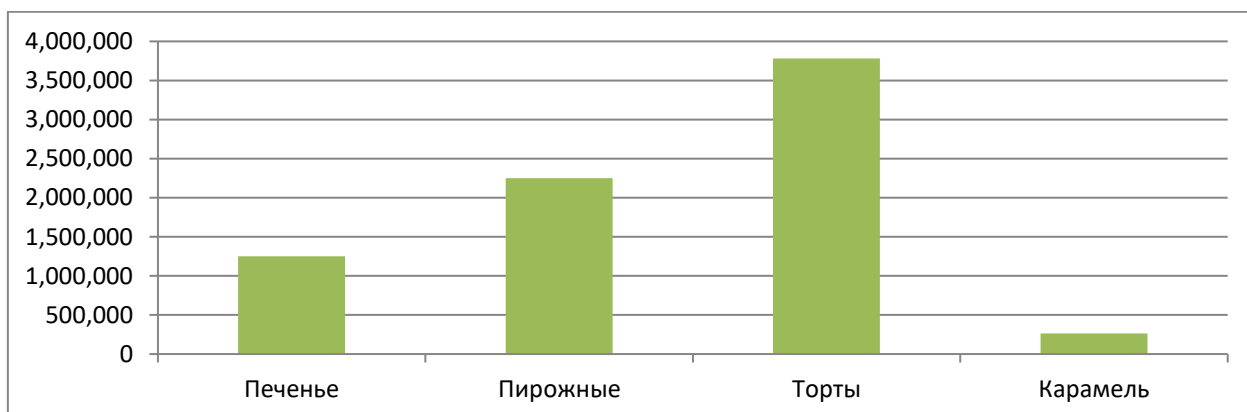


Рисунок 9 - Общий объем реализованного товара в г. Тольятти за год,

шт.

Таким образом, чтобы оценить, какие позиции товаров, производимых ООО «Фабрика Качества» являются лидирующими, а какие отстающими, была посчитана сезонность за 12 календарных месяцев, на определенные виды продукции, которая представлена в таблице 7.

Таблица 7. Сезонность в реализации определенных групп видов продукции в разрезе на 12 месяцев за 2021 год, шт.

Наименование товара				
Месяцы	Торты	Пирожные	Печенье	Карамель
Январь	325 896	210 544	130 711	30 301
Февраль	312 932	240 205	101 987	19 420
Март	357 962	251 122	103 495	5 497
Апрель	319 457	200 134	95 651	2 120
Май	327 613	205 125	152 034	32 644
Июнь	316 024	123 442	71 023	27 895
Июль	286 151	119 809	85 111	21 018
Август	267 347	112 603	80 213	19 305
Сентябрь	294 987	175 014	126 455	43 851
Октябрь	312 077	188 532	99 301	16 314
Ноябрь	320 524	190 002	95 113	11 739
Декабрь	340 102	231 512	110 277	35 022

На основе данных, представленных в таблице 7, можно проанализировать, по каким определенным категориям товаров происходит спад продаж. Можно заметить, что в целом, меньше всего производится карамели, но это обуславливается тем, что она не является основным производственным товаром, на который предприятие делает упор. Также в эту категорию входит печенье. Основой производства являются две категории: торты и пирожные. По таблице 7 видно, что торты, на всем промежутке времени, продаются практически без колебаний, с пирожными дела обстоят иначе. Для лучшей наглядности была создана диаграмма, которая демонстрирует спады и подъемы по продажам определенных наименований товарных групп, за 2021 год, шт.

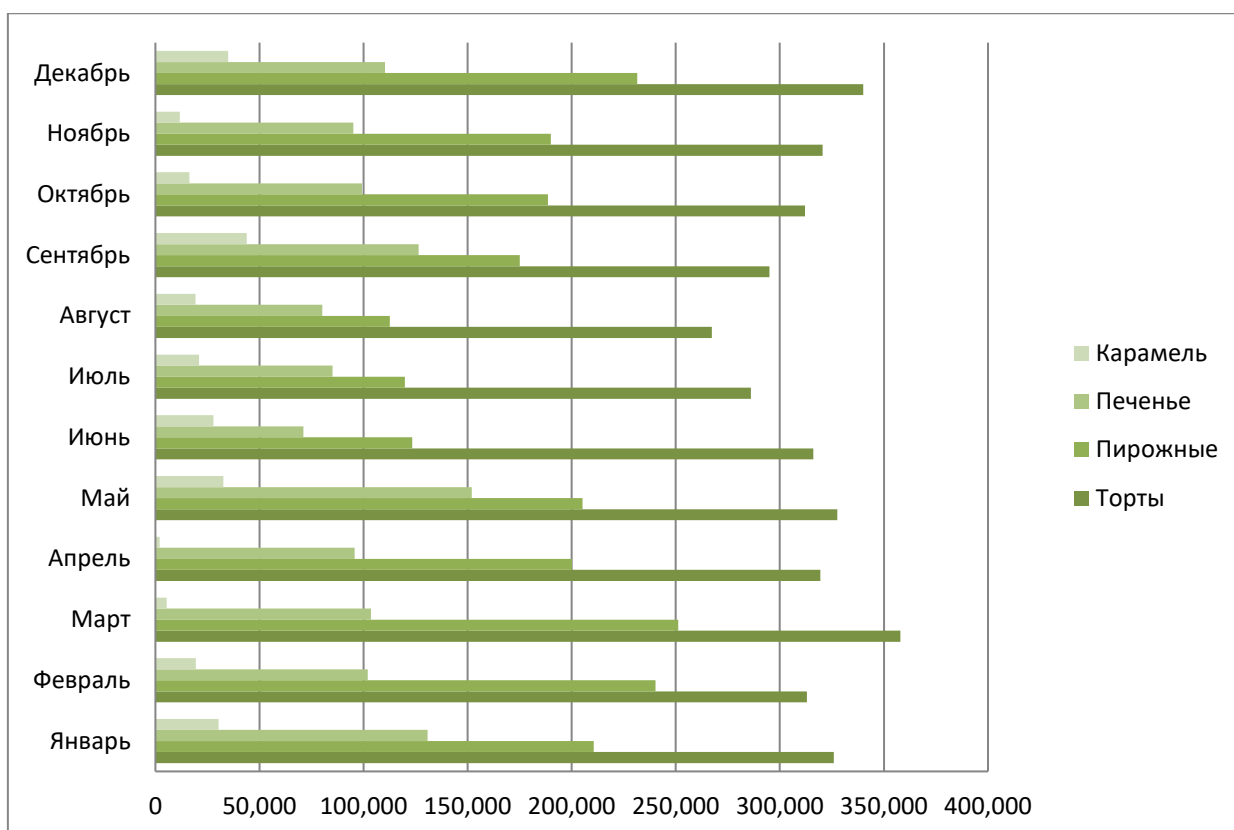


Рисунок 10 - . Сезонность в реализации определенных групп видов продукции в разрезе 12 месяцев за 2021 год, шт.

По рисунку 10, можно сделать вывод, что самыми популярными категориями в пекарной продукции на производстве являются торты и пирожные. Но, анализируя данные, представленные на диаграмме, можно сделать вывод о том, что присутствует спад продаж товаров в категории «Пирожные» и он является самым значительным в периоде с июня по август. Также в целом наименьшие показатели по реализации товара на предприятии происходит во втором квартале года. На основе данных диаграммы, рассчитан индекс сезонности. (Таблица 8)

Таблица 8. Индекс сезонности (%)

Месяцы	Среднее значение			
	Торты	Пирожные	Печенье	Карамель
	315 089, шт.	187 337, шт.	104 281,шт.	22 092,шт.
Январь	103%	112%	125%	137%
Февраль	99%	128%	98%	88%
Март	114%	134%	99%	25%
Апрель	101%	107%	92%	10%
Май	104%	109%	146%	148%
Июнь	100%	66%	68%	126%
Июль	91%	64%	82%	95%
Август	85%	60%	77%	87%
Сентябрь	94%	93%	121%	198%
Октябрь	99%	101%	95%	74%
Ноябрь	102%	101%	91%	53%
Декабрь	108%	124%	106%	158%

На основе данных индекса сезонности представленных в таблице была создана диаграмма. (Рисунок 11). Данная диаграмма наглядно демонстрирует изменения

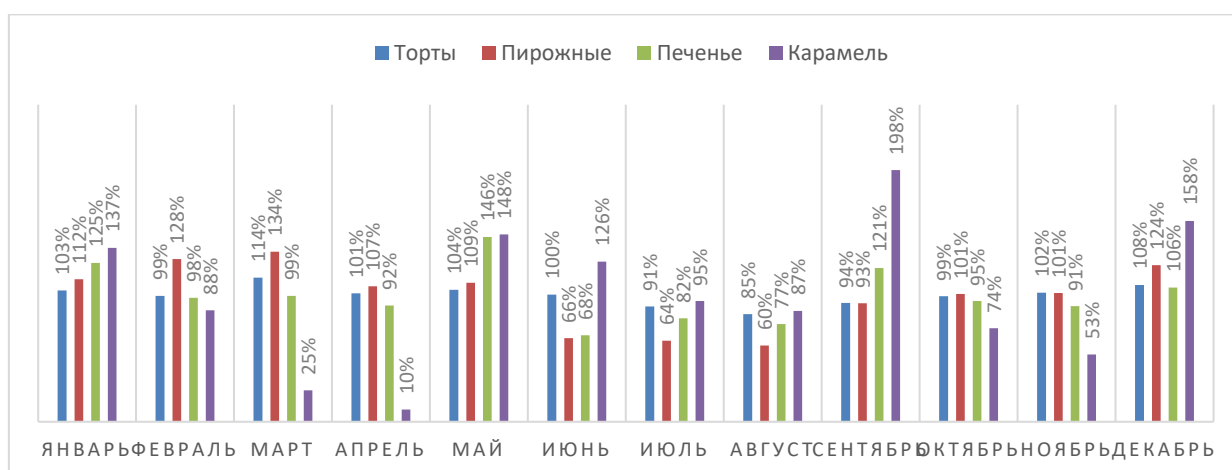


Рисунок 11 - Индекс сезонности (%)

Проанализировав данные, представленные в таблице и на диаграмме, можно сделать вывод о том, что сезонность играет значительную роль в объеме реализации продукции.



Анализ сезонности продукции по контрагентам даст понять, насколько, где и как происходит основной спад по продажам пирожных. Для того чтобы ответить на ряд этих вопросов, нужно провести анализ всех продаж пирожных по точкам сбыта продукции и понять, какие точки являются самыми убыточными и почему. На основе этого мной была составлена таблица 9.

Таблица 9. Анализ продаж по контрагентам, шт.

Контр-ты	Месяца											
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
40 Лет Победь, 9	26 318	28 102	31 630	26 220	25 047	23 221	20 362	19 000	23 101	24 253	25 734	26 108
Цвет. б-р, 29	24 550	22 430	30 142	23 987	24 702	12 360	19 578	18 544	20 322	22 401	22 988	23 510
Л.Чайкиной, 85	23 836	25 300	28 571	24 103	22 963	20 000	20 074	19 862	24 031	24 763	25 360	24 680
Мира, 51/55	44 640	46 825	55 200	45 320	46 217	21 005	18 331	17 502	28 245	32 650	33 715	38 963
Мира, 100	19 772	23 173	27 691	20 000	21 004	14 501	12 989	12 008	17 639	21 789	23 205	25 104
Вечканова Е.С.	25 015	25 000	29 103	24 277	23 650	17 422	15 111	14 307	22 987	22 900	23 142	24 147
40 лет Победь, 49 В	24 116	36 961	20 101	20 034	24 103	10 982	9 050	6 961	22 040	23 124	23 978	28 993
70 лет Октября, 33 А	22 297	32 414	28 684	16 193	17 439	3 951	4 314	4 419	16 649	16 652	11 880	40 007

В ходе анализа данных представленных в таблице мы видим, что «Фабрика Качества» имеет восемь контрагентов в городе Тольятти. Анализ продаж показал, какие из точек сбыта и реализации являются самыми убыточными, а какие наиболее прибыльными. На основе данных приведенных в таблице мной была составлена представленная ниже диаграмма. (Рисунок 12)

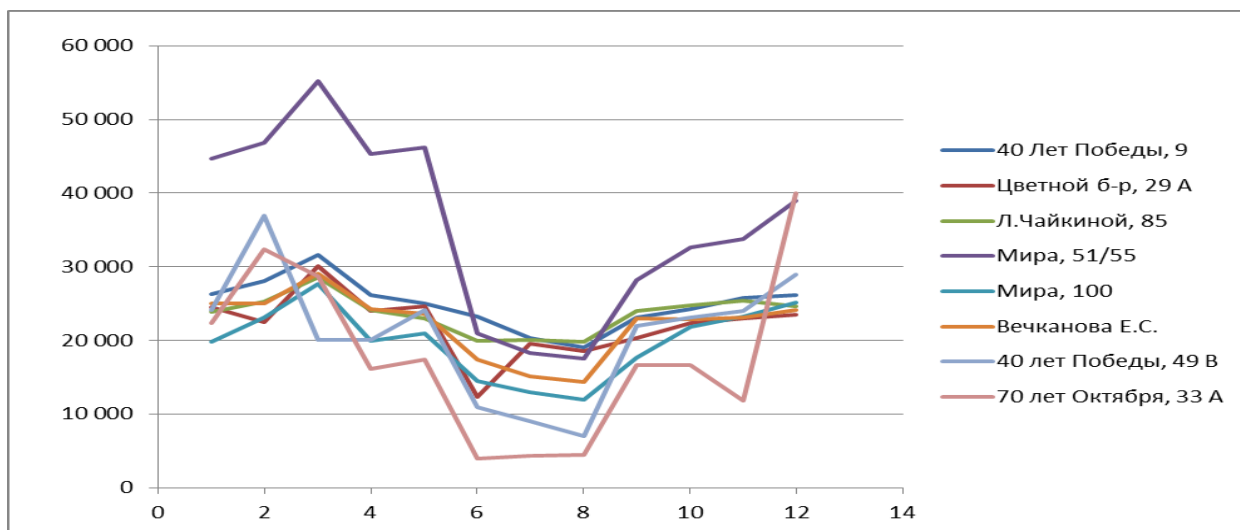


Рисунок 12 - Анализ продаж по контрагентам, шт.

Проанализировав и изучив основных контрагентов в г.Тольятти, можно сделать вывод, что меньше всего товаров из категории пирожные потребитель покупает в магазине по адресу Мира,100. Это связано с тем, что магазин является очень маленьким, соответственно и ассортимент в нем скудный. Из пекарных изделий большую часть прилавка занимают в основном торты, и небольшую печенья и пирожные. Магазин находится в очень людном и проходимом месте, рядом с остановкой общественного транспорта, откуда люди уезжают на работу и приезжают с неё, После трудового дня, большинство покупателей заходит в магазин за товарами первой необходимости, и после их непосредственного приобретения, спешит домой. Данный магазин, в свою очередь, оснащен большим количеством товаров первой необходимости, тем самым потребитель идет за покупками целенаправленно и не ставит своей целью приобретение пекарной продукции и в частности пирожных. Именно географический фактор сыграл огромную роль в реализации товаров в данном магазине. После проведенных анализов продаж и сезонности, хотелось бы обобщить информацию [56].

Практически весь год фактический объем реализации превышает плановый. Также можно наблюдать резкое увеличение продаж в мае. Как

видно из таблицы 8, это связано с тем, что большинство людей рождены в весенние и летние месяца. Этот факт способствует активному потреблению товаров из категорий: пирожные и торты. Но, несмотря на то, что практически все люди приобретают на свой праздник сладкую продукцию, по таблице мы видим, что один месяц из 2 квартала и два месяца из 3 квартала года не выполняют план по реализации продукции, это нам наглядно демонстрирует Таблица 10 индекс сезонности. Данные месяца: июнь, июль, август выполняют план на 97,8, 98,2 и 97,7 процентов соответственно и индекс сезонности меньше 100%. Можно предположить, что в летний период, когда на улице стоит жара и не хочется ничего жирного и тяжелого, потребители отдают предпочтение наиболее легким вариантам десертов и пирожных, а именно низкокалорийным и полезным. В связи с этим была проведена разработка плана мероприятий, направленных на совершенствование коммерческой деятельности и увеличение объема реализации продукции на предприятии, ООО «Фабрика Качества». Сводная таблица предлагаемых мероприятий представлена ниже.

Таблица 10. Сводная таблица предлагаемых мероприятий

№ п/п	Выявленные проблемы	Причины	Предлагаемые мероприятия	Предполагаемый результат
1	Снижение объемов реализации продукции, в том числе в категории пирожные	Продукция не соответствует требованиям потребителя	Выпуск дополнительной единицы продукции, отвечающей всем требованиям современного рынка и спроса покупателей (низкокалорийное пирожное «Неженка»)	Увеличение объемов производства и реализации продукции. Увеличение прибыли

Далее проведем расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий. Они помогут улучшить показатели коммерческой деятельности предприятия, рентабельность продукции, а также в целом увеличить прибыль организации на рынке.

### **2.3. Общие рекомендации и мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности ООО «Фабрика Качества»**

В результате проведенного в данной главе анализа, можно сделать вывод о достаточно резком ухудшении уровня организации производственной деятельности, о чем говорят следующие показатели:

1. Выручка организации за 2021 год уменьшилась на 9 553 000 руб или на 9,9%;
2. Чистая прибыль уменьшилась на 7 004 000 руб.;
3. Выполнение плана по ассортименту продукции составило 99,8%.

Ни смотря на это, также можно выделить положительные показатели:

1. Сальдо прочих доходов и расходов в 2021 году увеличилось на 236 000 руб.;
2. Выполнение плана по отгрузке продукции составило более 125,28% за анализируемый месяц.

Нами проводился анализ индекса сезонности, который показал, что за 2021 год определенные позиции товара проваливаются во 2 квартале года, это связано с летним периодом, когда спрос на жирную и сладкую продукцию снижается. Но также, если просмотреть данные за последние 5 лет, у компании, ООО «Фабрика Качества» наблюдается значительный спад выручки в целом по всем показателям. Данное явление говорит нам о том, что предприятию необходимо пересмотреть свою линейку продукции, возможно, убрать отстающие позиции и добавить новые, незнакомые потребителю, которые непременно вызовут у него интерес. Также за последние 3 года жизнь людей сильно изменилась из-за пандемии, практически все население было вынуждено сидеть дома во время карантина, и вот именно тогда начали происходить сильные ухудшения и спады в продажах. Так произошло, потому что люди редко выходили из дома, соответственно покупательская способность сильно снизилась, и если все же потребитель попадал в магазин, то в основном старался приобретать товары

первой необходимости. Также большое значение имеет то, что у потребителя появилось огромное количество свободного времени, и многие люди, которые откладывали занятия спортом из-за плотного рабочего графика, наконец, открыли для себя возможность занятий спортом дома. В связи с данными изменениями в своей жизни, они начали следить за своим питанием и стараться употреблять меньше сладкого и мучного, что также значительно сказалось на объеме реализации и выпуска продукции. Хотя на сегодняшний день пандемия официально закончилась, но привычки и предпочтения, которые появились у потребителей за эти три года, не успели измениться. Большинство людей, продолжает вести здоровый образ жизни и не употребляет в своем рационе мучное и сладкое. Казалось бы, каким образом предпочтения одного человека могут повлиять на глобальные изменения на рынке? Может, ведь потребитель это одно из самых главных звеньев в экономической цепочке рыночных отношений [57]. Знаменитая и основополагающая фраза философа Адама Смита, которая звучит как: «Спрос рождает предложения»[56] является базой всех денежно-рыночных отношений, поэтому без потребителя не было бы производства товаров. И каждый человек, живущий в России и в мире, в целом, даже самой мелкой и недорогой своей покупкой поддерживает глобальную мировую экономическую систему.

Экономика нашей страны только недавно начала приходить в себя после пандемии, и что ждет рынок пекарной продукции в дальнейшем неизвестно. Но одно является очевидным, предприятию необходимо модернизировать свою линейку и внедрить новый продукт, который будет отвечать всем требованиям современного потребителя, а именно уменьшенный калораж, легкость и простота, но при этом свежесть идеи, то, что вызовет у потребителя желание вновь вернуться к употреблению сладкого, в своем рационе [35].

В качестве рекомендаций по улучшению коммерческой деятельности, а именно объемов реализации и ассортиментной сетки товара на предприятии,

ООО «Фабрика Качества», основным видом деятельности которой является производство продуктов общественного питания, были разработаны мероприятия, направленные на улучшение данных показателей.

Обращаясь к расчетным данным, представленным в параграфе 2.1, мы делаем вывод о том, что предприятие нуждается во внедрении в производство нового вида продукции, который будет пользоваться спросом и позволит значительно измениться коэффициенту сезонности в летний период в положительную сторону.

Наиболее востребованными и продаваемыми продуктами кондитерского производства являются две категории: торты и пирожные. Но если же, первая категория товаров проявляет себя достаточно стабильно во всем периоде, то вторая группа товаров подвержена значительным колебаниям в факторе спроса именно в летний период.

Для того, чтобы снизить данные отрицательные колебания, был разработан план по внедрению в производство низкокалорийного десерта, который потребитель мог бы приобретать в течение всего года (12 месяцев). Данное мероприятие значительно улучшит реализацию товара в периоды спада покупательской активности.

Пирожное «Неженка» было полностью разработано в соответствии с ГОСТ, ОСТ; по новым технологиям, которые позволяют оставить прежний вкус настоящего пирожного, при этом значительно снизить калораж изделия.

После процесса принятия решения о внедрении нового продукта, предприятие разрабатывает документ в виде большой таблицы, в котором прописывает пункты поэтапного выполнения работ по его внедрению, со сроками и должностями ответственных исполнителей.

Таблица 11. Ответственность за выполнение этапов разработки и требования к документации

№ п/п	Деятельность	Ответственный исполнитель	Требование к документации	Источник получения информации	Срок исполнения
1	Анализ идеи и проведение маркетинговых исследований	Дегустационная комиссия, отдел продаж	-	-	
2	Анализ и принятие решения	Руководство предприятия, дегустационная комиссия, отдел продаж	-	Предложение	3 дня
3	График разработки	Старший технолог	-	-	3 дня
4	Производство опытного образца в лабораторных условиях	Технолог (под руководством старшего технолога)	Протокол испытаний	Предложение	5 дней
5	Предварительный расчет себестоимости	Планово-экономический отдел	-	Рецептура	2 дня
6	Дегустация опытного образца, принятие решения	Дегустационная комиссия	Журнал регистрации результатов дегустации	Опытный образец	1 день
	Корректировка опытного образца	Технолог (под руководством старшего технолога)	Рецептура	Журнал регистрации результатов дегустации	5 дней
	Корректировка расчета себестоимости	Планово-экономический отдел	-	Откорректированная рецептура	2 дня
7.1	Разработка нормативной документации (ТУ, ТИ, рецептуры и нормы расхода)	Руководитель службы качества, старший технолог	-	СанПиН, ГОСТ	10 дней

Окончание таблицы 11

7.2	Разработка дизайна упаковки	Начальник отдела продаж	-	-	30 дней
7.3	Заказ сырья, материалов, комплектующих и упаковки	Начальник отдела снабжения	Журнал заявок	Старший технолог, технолог	30-40дн.
8	Выработка опытной партии	Технолог (под руководством старшего технолога)	-	-	3-4 дня
9	Анализ результатов, принятие решения	Руководство предприятия, дегустационная комиссия, отдел продаж	Журнал регистрации результатов дегустации	Образец опытной партии	1 день
	Корректировка образца из опытной партии	Технолог (под руководством старшего технолога)	Рецептура	Журнал регистрации результатов дегустации	5 дней
10	Окончательный расчет себестоимости	Планово-экономический отдел	Окончательная рецептура	-	2 дня
11	Подтверждение сроков хранения. Сертификация	Руководитель службы качества	-	-	10 дней
12	Реализация опытной партии	Начальник отдела продаж	-	-	
13	Анализ результатов реализации опытной партии	Руководство предприятия, дегустационная комиссия, отдел продаж	-	-	В процессе реализации
14	Оформление листа согласования	Руководитель службы качества	-	-	2 дня
15	Составление и заведение в 1С рецептуры	Бухгалтер	-	-	1 день
16	Производство серийное	Зам. дир. по производству	-	-	-
17	Анализ	Руководство предприятия, дегустационная комиссия, отдел продаж			постоянно

Благодаря данному документу, внедрение нового продукта проходит поэтапно, в первую очередь запускается опытная партия, далее



анализируются результаты реализации опытной партии и на основании этого выносится окончательное решение о запуске серийного производства, конечным этапом является постоянный анализ производства и реализации продукта.

Для определения экономического эффекта от предложенных мероприятий необходимо рассчитать калькуляцию, планируемый прирост выручки, экономический эффект от внедрения мероприятий, рассчитаем рентабельность предлагаемых и подсчитаем срок окупаемости.

Таблица 12. Калькуляция на пирожное «Неженка»

«Неженка»		Дата	
		Выход в кг	0,120
Наименование	Цена за кг	Кол-во, гр	Стоимость
ПФ Бисквит новый	81,87	20,2	1,65
ПФ Сироп для промочки	40,97	8,32	0,34
ПФ Крем кефирный	59,79	67,6	4,04
ПФ Крем сливки с кефиром	61,88	6,76	0,42
Конфитюр персик премьера	137,5	20,8	2,86
Какао-порошок	256,83	0,52	0,14
Итого сырье			9,45
Упаковка			
Упаковка PR -251 (800шт/кор)	4,25	1	4,25
Этикетки М2	2,93	1	2,93
Итого упаковка			7,18
Заработная плата			
Неженка 0,12 кг	6,35	1	6,35
Итого заработная плата			6,35
Всего:			22,98
Накладные расходы на 1кг	186,59		22,39
Полная себестоимость			45,37
Рекомендуемая цена с учетом 30% рент.			58,98
Рекомендуемая цена с учетом 20% рент.			54,44

#### Окончание таблицы 12

Рекомендуемая цена с учетом 10% рент.			49,91
Фактическая цена б/НДС			55
Цена с НДС			66
Рентабельность, %			21,23
Средневзвешенная скидка оптовикам	11%		7,26
Чистая прибыль с учетом скидки оптовикам			2,32

В таблице представлена калькуляция нового внедряемого продукта на ООО «Фабрика Качества» пирожное «Неженка», полная себестоимость которого по итогам расчетов составила 45,37 руб.

По итогам отчетности о реализации товара за 2021 год можно увидеть, что периодом, с самым низким объемом реализации является летний, в связи с этим производство пирожных является нестабильным на определенном временном промежутке. Но, конечно же, не все виды пирожных являются невостребованными. Предприятие ведет учет продукции, пользующийся наименьшим спросом. Список невостребованных товаров из категории пирожные представлен в Приложении Ж.

Благодаря тому, что существует целый ряд невостребованных единиц продукции среди пирожных, предприятие может сократить или завершить их производство, за счет чего освободятся производственные мощности, которых хватит для внедрения мероприятия и производства нового пирожного «НЕЖЕНКА». Приобретение нового оборудования, привлечение новой рабочей силы и логистики не требуется, тем самым не появляется новая статья расхода, что является большим плюсом, как для самого предприятия, так и для его экономической составляющей.

Благодаря произведенному ранее анализу сезонности, представленному в таблице 7, мы видим, что в таких месяцах, как: июнь, июль, август и сентябрь динамика продаж пирожных значительно снижается. На основе данных, приведенных в таблице 7, мы посчитали средний объем продаж пирожных, который составляет 187 337, шт. Исходя из полученных данных о среднем объеме продаж, мы получаем нехватку:

1. Июнь:  $187\,337 - 123\,442 = 63\,895$ ,шт.;
2. Июль:  $187\,337 - 119\,809 = 67\,528$ ,шт.;
3. Август:  $187\,337 - 112\,603 = 74\,734$ ,шт.;
4. Сентябрь:  $187\,337 - 175\,014 = 12\,323$ ,шт.;

Всего:  $63\,895 + 67\,528 + 74\,734 + 12\,323 = 218\,480$  шт.

Исходя из среднемесячных объемов продаж, в указанные месяцы продажи снизились на 218 480 шт. Это связано с тем, что большинство людей в летний период отдают предпочтение наиболее легким вариантам десертов. Непроданные единицы товара составляют пирожные с повышенной калорийностью.

Для того, чтобы понять, насколько выгодным для предприятия будет мероприятие по внедрению нового востребованного продукта, необходимо рассчитать экономический эффект предлагаемых мероприятий.

Прирост выручки после внедрения мероприятия составит:  $218\,480$  шт. \*  $58,98$  руб. (см. Таблицу 12) =  $12\,885,95$  тыс.руб.

Объем реализации после внедрения мероприятия составит:  $86\,801$  тыс.руб. +  $12\,885,95$  тыс.руб. =  $99\,686,95$  тыс.руб.

Затраты связанные с проведением мероприятия:  $218\,480$  шт. \*  $45,37$  руб. (см. Таблицу 12) =  $9\,912,437$  тыс.руб.

Таблица 13. Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности мероприятия ООО «Фабрика Качества», тыс.руб.

Показатель	Буквенное значение	Числовое значение
Объем реализации до внедрения мероприятия	OP1	86 801
Объем реализации после внедрения мероприятия	OP2=OP1+ΔB	99 686,95
Прирост выручки за счет реализации мероприятия	ΔB = OP2-OP1	12 885,95
Затраты связанные с проведением мероприятия	зат	9 912,437

Годовой экономический эффект от реализации мероприятия рассчитывается как разница между приростом выручки за счет реализации мероприятия ( $\Delta B$ ) и затратами на мероприятие ( $Z$ ) по формуле:

$$\text{Эф} = \Delta B - Z, \quad (4)$$

где  $\text{Эф}$  – годовой экономический эффект, тыс.руб.

$B$  – прирост выручки (прибыли) за счет реализации мероприятия, тыс.руб.

$Z$  – затраты на мероприятие, тыс.руб.

$Z = 9\,912,437$ , тыс.руб;

$\Delta B = 12\,885,95$ , тыс.руб.

$\text{Эф} = \Delta B - Z = 12\,885,95 - 9\,912,437 = 2\,973,513$ , тыс.руб.

Далее рассчитаем срок окупаемости мероприятия, который представляет собой период, необходимый для возврата затрат, связанных с проведением мероприятия за счет притока денежных средств от его осуществления. Срок окупаемости определяется делением суммы затрат, связанных с проведением мероприятия, на величину притока денежных средств. [50]

Срок окупаемости мероприятия находится по формуле:

$$\text{Ток} = Z / \Delta B \quad (5)$$

где  $Z$  – затраты

$\Delta B$  – прирост выручки (прибыли) за счет реализации мероприятия, руб./год (период)

$\text{Ток} = 9\,912,437 / 12\,885,95 = 0,8$  года или 9,6 месяцев ( $365 * 0,8$ )

Благодаря данным расчетам подтверждается окупаемость мероприятия за 9,6 месяцев от начала его реализации. Предложенное мероприятие по внедрению и выпуску нового низкокалорийного десерта под названием «НЕЖЕНКА», предполагает не только успешную замену выпадающих объемов продаж, но и прирост выручки на 12 885,95, тыс.руб. Сведем

рассчитанные показатели экономической эффективности проектируемого мероприятия в таблицу 14.

Таблица 14. Сводная таблица показателей экономической эффективности мероприятия, тыс.руб.

Мероприятие	Затраты	Дополнительная выручка	Годовой эффект	Срок окупаемости мероприятия, мес.
Разработка и выпуск дополнительной единицы продукции, отвечающей всем требованиям современного рынка и спроса покупателей (низкокалорийное пирожное «Неженка»)	9 912,437	12 885,95	2 973,513	9,6

Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий отобразил, что затраты на реализацию данных мероприятий окупаются в течение 9 месяцев.

Также рассчитаем значения, до и после внедрения мероприятий, основных технико-экономических показателей хозяйственной деятельности ООО «Фабрика Качества». (Таблица 15)

Таблица 15. Основные технико-экономические показатели до и после внедрения мероприятий, руб.

№ п/п	Показатели	До внедрения мероприятия (руб.)	После внедрения мероприятия (руб.)	Абсолютные изменения (+) (руб.)	Относительные изменения (+) (темп роста), %
1	Выручка	86 801 000	99 686 950	12 885 950	114,8
2	Себестоимость продаж	59 405 000	69 317 437	9 912 437	116,7
3	Валовая прибыль	27 396 000	30 369 513	2 973 513	110,9
4	Управленческие расходы	25 302 000	25 302 000	0	0
5	Коммерческие расходы	1 614 000	1 614 000	0	0
6	Прибыль (убыток) от продаж	480 000	3 453 513	2 973 513	719,5
7	Прочие доходы	145 000	145 000	0	0

### Окончание таблицы 15

8	Прочие расходы	404 000	404 000	0	0
9	Прибыль (убыток) до налогообложения	221 000	3 194 513	2 973 513	736,1
10	Текущий налог на прибыль (приб-20%)	96 000	690 702	594 702	719,5
11	Чистая прибыль	125 000	2 503 811	2 378 811	2003,1
12	Численность персонала	95	95	0	0
13	Производительность труда на 1 чел	913 694,7	1 049 336,3	135 641,6	14,8
14	Рентабельность продукции, %	0,2	3,6	3,4	1800,1
15	Рентабельность продаж, %	0,14	2,5	2,36	1785,7

В результате внедрения и мероприятия на ООО «Фабрика Качества» показатели изменятся следующим образом:

Выручка увеличится на 12 885 950 руб., и темп роста составит 114,8%

Себестоимость увеличится на 9 912 437 руб., темп роста составит 116,7%.

Прибыль от продаж увеличится на 2 973 513 руб., при условии неизменности управленческих и коммерческих расходов, и темп роста составит 719,5%.

Таким образом, во второй главе были проанализированы основные технико-экономические показатели деятельности предприятия ООО «Фабрика Качества». Произведен расчет таких показателей, как: ассортимент продукции, сезонность, продажи товаров по контрагентам. Выявлены проблемы в виде спадов по продажам в категории пирожные за определенный временной период. Исходя из данной проблемы предложено мероприятие, которое будет способствовать совершенствованию коммерческой деятельности и улучшению показателей финансово хозяйственной деятельности ООО «Фабрика Качества». По итогам расчетов основных экономических показателей можно сделать вывод, что мероприятие по внедрению новой единицы продукции из раздела пирожные, на предприятие ООО «Фабрика Качества», прошло успешно.

### **Глава 3. Педагогические аспекты изучения темы «Фирмы» в предмете «Экономика» для 10 класса.**

#### **3.1 Изучение рабочей программы по предмету «Экономика» для 10 классов.**

Самой важной функцией фирмы является — производство товаров и услуг для удовлетворения различного потребительского спроса. Осуществляя свою хозяйственную деятельность фирма, несет как прибыль, так и множество убытков. Данные составляющие являются неотъемлемой частью функционирования любого предприятия в условиях рынка. Разностью, между этими двумя величинами выступает прибыль, которая и является главной экономической и конечной целью любого предприятия. Конечно, предприятию было бы выгодней максимизировать прибыль, а для этого доходы должны прогрессировать, увеличиваться и превышать расходы.

Вопрос функционирования фирмы и её существования на рынке является очень актуальным не только для уже действующих предпринимателей, но и для учащихся старших классов средней школы, ведь большинство, в дальнейшем, найдет свое призвание именно в бизнесе, благодаря открытию собственной фирмы или производства. Но для того, чтобы открыть свою фирму нужно иметь не только капитал, но и знания, которые в дальнейшем можно с легкостью применить на практике. Как же вообще функционирует фирма? На этот вопрос смогут найти ответ учащиеся 10-х классов, благодаря изучению учебника по экономике «Экономика. Основы экономической теории» учебник для 10 кл общеобразоват. учрежд. Профильный уровень образования/Под ред. С. И. Иванова. А также изучению раздела из данного учебника под названием «Фирмы» [27].

Рассмотрим рабочую программу для 10 класса по экономике. Основными её целями являются:

### 1. Формирование:

- мировоззрение, соответствующего современному уровню экономического знания, включающего знания истории экономической мысли, современной экономической теории и прикладных экономических наук;

- субъективной позиции учащегося (самоопределение и самореализация в сфере экономических отношений);

- гражданской позиции ученика как ответственного и активного члена российского общества, осознающего свои экономические права и обязанности, уважающего свою и чужую собственность [27].

### 2. Освоение:

- умения принимать рациональные решения в ситуациях экономического выбора (в качестве потребителя, производителя, покупателя, продавца, заёмщика, акционера, налогоплательщика) в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов;

- умение разрабатывать и реализовывать проекты экономического и междисциплинарного характера, в том числе исследовательские проекты;

- базовых методов научного познания, используемых в экономике;

- умение понимать и раскрывать смысл суждений и высказываний авторов культурных текстов и приводить аргументы в подтверждение собственной позиции;

- умение осуществлять рефлексию собственной учебной и практической деятельности [59].

### 3. Овладение:

- базовыми экономическими понятиями: рациональный выбор, экономическая система, собственность, фирма, домашнее хозяйство, рынок, финансы, налоги, банки, деньги, государственная экономическая политика, мировое хозяйство, глобализация, интеграция;

- знаниями специфики развития экономической сферы жизни современного российского общества, экономических институтов.



Основными задачами изучения курса по экономике в 10 классе являются:

1. Формирование базового уровня экономической грамотности, необходимого для ориентации и социальной адаптации учащихся к происходящим изменениям в жизни российского общества, а также для профессиональной ориентации школьников;

2. Освоение системы знаний об экономической деятельности и об экономике России для последующего изучения социально-экономических и гуманитарных дисциплин в учреждениях системы среднего и высшего профессионального образования;

3. Воспитание ответственности за экономические решения, уважения к труду и предпринимательской деятельности;

4. Овладение умениями получать и критически осмысливать экономическую информацию, анализировать, систематизировать полученные данные; подходить к событиям общественной и политической жизни с экономической точки зрения;

5. Освоение способов познавательной, коммуникативной, практической деятельности, необходимых для участия в экономической жизни общества и государства;

6. Формирование опыта применения полученных знаний и умений для будущей работы в качестве наемного работника и эффективной самореализации в экономической сфере [59].

Актуальностью изучения предмета «Экономика» в школе является: большой комплекс углубленных знаний по экономике, необходимый современному человеку. Он включает в себя основные представления об экономике как науке и хозяйстве, об экономике фирмы, семьи и государства, в том числе и в международной сфере. Программа ориентирована на изучение школьниками базовых экономических понятий, формирование у них обобщенных, и в то же время, достаточно глубоких и цельных представлений о процессах, связанных с предпринимательской

деятельностью, экономикой и бизнесом. Содержание курса на базовом уровне, способствует обеспечению преемственности по отношению к основной школе путем углубленного изучения экономики фирмы и государства. Вместе с этим, вводится ряд новых, более сложных вопросов, понимание которых необходимо любому современному человеку. Освоение нового содержания осуществляется с опорой на межпредметные связи с другими разделами обществоведения, с курсами математики, истории, географии, литературы и прочее.

Изучение экономики обеспечивает достижение следующих результатов:

1. Предметные:

- сформированность системы знаний об экономической сфере в жизни общества как пространстве, в котором осуществляется экономическая деятельность индивидов, семей, отдельных предприятий и государства;
- понимание сущности экономических институтов, их роли в социально-экономическом развитии общества; понимание значения этических норм и нравственных ценностей в экономической деятельности отдельных людей и общества, сформированность уважительного отношения к чужой собственности;
- сформированность экономического мышления: умения принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов, оценивать и принимать ответственность за их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом;
- владение навыками поиска актуальной экономической информации в различных источниках, включая Интернет; умение различать факты, аргументы и оценочные суждения; анализировать, преобразовывать и использовать экономическую информацию для решения практических задач в учебной деятельности и реальной жизни;

- сформированность навыков проектной деятельности: умение разрабатывать и реализовывать проекты экономической и междисциплинарной направленности на основе базовых экономических знаний и ценностных ориентиров;

- умение применять полученные знания и сформированные навыки для эффективного исполнения основных социально-экономических ролей (потребителя, производителя, покупателя, продавца, заемщика, акционера, наемного работника, работодателя, налогоплательщика);

- способность к личностному самоопределению и самореализации в экономической деятельности, в том числе в области предпринимательства; знание особенностей современного рынка труда, владение этикой трудовых отношений;

- понимание места и роли России в современной мировой экономике; умение ориентироваться в текущих экономических событиях, происходящих в России и мире [27].

## 2. Метапредметные:

- овладение умениями формулировать представления об экономической науке как системе теоретических и прикладных наук, изучение особенности применения экономического анализа для других социальных наук, понимание сущности основных направлений современной экономической мысли;

- овладение обучающимися навыками самостоятельно определять свою жизненную позицию по реализации поставленных целей, используя правовые знания, подбирать соответствующие правовые документы и на их основе проводить экономический анализ в конкретной жизненной ситуации с целью разрешения имеющихся проблем;

- формирование умения воспринимать и перерабатывать информацию, полученную в процессе изучения общественных наук; вырабатывать в себе качества гражданина Российской Федерации,

воспитанного на ценностях, закрепленных в Конституции Российской Федерации;

- генерирование знаний о многообразии взглядов различных ученых по вопросам как экономического развития Российской Федерации, так и мирового сообщества; умение применять исторический, социологический, юридический подходы для всестороннего анализа общественных явлений [27].

### 3. Личностные:

- развитие личностных, в том числе духовных и физических, качеств,

обеспечивающих защищенность обучаемого для определения жизненно важных интересов личности в условиях кризисного развития экономики, сокращения природных ресурсов;

- формирование системы знаний об экономической жизни общества, определение своего места и роли в экономическом пространстве;

- воспитание ответственного отношения к сохранению окружающей природной среды, личному здоровью как к индивидуальной и общественной ценности. [59]

Основным документом, где прописывается вся программа учебного курса, является тематический план. Тематический план – это документ, раскрывающий последовательность изучения разделов и тем программ, устанавливающий распределение учебных часов по разделам и темам дисциплины, как из расчета максимальной учебной нагрузки студента, так и аудиторных занятий. Образовательное учреждение имеет право включать дополнительные темы по сравнению с примерными программами учебных дисциплин, но при этом уровень подготовки определяется Государственными требованиями, а также дополнительными требованиями к уровню подготовки студента, установленными самим образовательным

учреждением [59]. Пример тематического планирования по экономике представлен в таблице 16.

Таблица 16. Тематическое планирование программы по экономике для 10 класса по учебнику «Экономика. Основы экономической теории» С. И. Иванова

№ параграфа	Название раздела	Кол-во часов	Вид контроля
1	Введение. Основные вопросы экономики	10	Тест
2	Рыночный механизм	8	Тест
3	Деньги	6	Тест
4	Банки	8	Тест
5	Человек на рынке труда	18	Тест
6	Фирмы	14	Тест
7	Потребители	8	Тест
8	Экономические задачи государства	18	Тест
9	Экономический рост	6	Тест
10	Международная экономика	6	Тест
	Итого	102	Тест

Календарно-тематическое планирование программы по экономике для 10 класса представлено в Приложении 3.

Анализируя рабочую программу учебника по экономике «Экономика. Основы экономической теории»: Учебник для 10 классов. Профильный уровень образования/Под ред. С. И. Иванова, рекомендованного к использованию при изучении экономики на углубленном уровне, можно сделать вывод о том, что многие темы являются очень современными и

актуальными, но также встречаются темы, которые утрачивают свою актуальность и нужно значительно переработать материал для подачи его в нужном русле.

Данная рабочая программа по учебнику «Экономика (кн.1). Учебник для 10 классов, под редакцией профессора С. И. Иванова. М.: Вита-Пресс, 2009.» , была написана в 2009 году, за это время экономика страны претерпела множество изменений, как в положительную, так и в отрицательную сторону [27]. Учебник не отображает в полной мере экономическую картину на сегодняшний день. Но все же, основным отличием этого учебного пособия от остальных является характер наиболее глубокого изложения теоретического материала, он включает в себя большое количество заданий аналитического характера. Каждый раздел данного учебника заканчивается типологическими отличными блоками заданий, которые нацелены как на проверку усвоения полученных знаний учащимися, так и на проверку способности применять их на практике в процессе самостоятельного поиска и анализа информации. Но, несмотря на большое количество аналитических и практических задач, учебник является достаточно однородным, без рисунков, картинок и с минимальным количеством графиков. Скорее всего, учащиеся, у которых преобладает зрительная память, во время прохождения программы данного учебника испытывают трудности с запоминанием и усвоением информации.

Проанализировав рабочую программу учебника, мы видим, что основным видом контроля полученных знаний учащихся является тестирование. Данный вид контроля не позволяет в полной мере оценить уровень глубины знаний учащихся. Для решения, сложившейся ситуации, в школах нужно проводить внеурочные тематические мероприятия. Для того чтобы учащиеся лучше усваивали изученный материал, они должны не только запоминать и анализировать пройденную информацию, но и отрабатывать знания на практике [59]. Для решения данной проблемы, мной, в рамках раздела «Фирмы» была разработана интеллектуальная игра под

названием «Экономика фирмы на практике», которая позволит учащимся лучше усвоить материал данного раздела. На основе данных предприятия ООО «Фабрика Качества» учащиеся научатся анализировать товары, прибыль и убытки, делать калькуляцию, а также проявлять креатив в создании нового продукта.

### **3.2 Разработка интеллектуальной игры «Экономика фирмы на практике»**

Что такое игра? Это особый вид деятельности учащихся, при которой происходит имитация реальной жизни, но в рамках установленных правил и ограниченной продолжительности. Различают большое множество игр для школьников, благодаря которым развиваются умственные и коммуникативные навыки, умение работать в команде и сопереживать соперникам. В целом, игра – это обширное понятие, но мне бы в данной выпускной квалификационной работе хотелось бы рассмотреть именно такой вид игры как – интеллектуальная игра. Интеллектуальная игра – это игра, где успех достигается, прежде всего, за счет мыслительных способностей человека, его ума.

Интеллектуальная игра — это вид игры, основывающийся на применении игроками своего интеллекта или эрудиции. Как правило, в таких играх от участников требуется отвечать на вопросы из различных сфер жизни. Целью интеллектуальных игр является развитие познавательного интереса к различным разделам науки, выявить самого эрудированного ученика, привить интерес к изучению художественной, научно-познавательной литературы, поддерживать эмоциональный настрой и положительную мотивацию к обучению [60].

Цели проведения интеллектуальных игр, в современном обучении, достаточно многообразны.

Учебной целью интеллектуальной игры является:

1. Стимуляция самостоятельного изучения материала учащимися;
2. Проверить уровень полученных знаний [60];

В первом случае игра является рычагом для более увлеченного изучения нового материала учащимися. Во время игры происходит «проживание» материала, а не просто его заучивание. Такой вид деятельности положительно сказывается на результатах обучения.

Во втором случае, игра является одним из инструментов учителя. Благодаря игре, он наглядно, на практике проверяет полученные знания учащихся. В ходе игры ученики отвечают на вопросы, выполняют различные задания, что в дальнейшем формируют картину о степени усвоения изученного ими ранее материала. Систематичное и регулярное проведение интеллектуальных игр дает детям большое количество устойчивых знаний.

Развивающей целью интеллектуальной игры является:

1. Развить у учащихся коммуникабельность, сообразительность и логическое мышление

Задачами проведения интеллектуальных игр в школе, являются:

1. Развитие коммуникативных качеств у учащихся;
2. Развитие воображения как основы творческой деятельности у учащихся;
3. Развитие у учащихся внимания, речи и образной памяти;
4. Формирование в процессе игр нестандартного мышления;
5. Улучшения в развитии координации и мелкой моторики;
6. Организация коллективных и индивидуальных игр в процессе занятий, упражнений и творческих игровых заданий;

Интеллектуальная игра является очень хорошим инструментом в процессе обучения. Она не только способствует наиболее ускоренному и углубленному запоминанию информации, но и формирует множество важнейших личностных качеств учащихся.



Интеллектуальные игры имеют множество видов, но основными из них являются: викторина и стратегия [60].

В данной работе мной была разработана игра вида – стратегия, план которой я представила в Приложении И.

Стратегия – это одна из основных форм интеллектуальной игры, в которой успех достигается лишь четким планированием всех своих действий. В экономической стратегии путь к успеху лежит через действия, приобретения, продажи (продавцы, менеджеры и т. д.).

Ни одна интеллектуальная игра не обходится без вопросов. Вопросы бывают: продуктивные, условно-допустимые и недопустимые. Продуктивные включают в себя вопросы на сообразительность, вопросы – шутки, вопросы – подсказки и вопросы на логическое и ассоциативное мышление. Условно – допустимые вопросы включают в себя такие вопросы как: воспроизводящие; воспроизводящие с уловкой; перечисление; вопросы-лекции. Недопустимыми вопросами являются вопросы – розыгрыши и неэтичные вопросы [60].

Таким образом, интеллектуальная игра обладает той же структурой, что и любая деятельность человека. Она включает в себя: цель, задачи, средства, процесс игры и её результат. Помимо игровой цели, она преследует: воспитательную и познавательную цели. Интеллектуальные игры также очень хорошо влияют на познавательную деятельность интеллектуально-пассивных детей. Поэтому интеллектуальные игры в школе являются для учащихся необычными, не стандартными и интересными занятиями, направленными на укрепление усвоенного материала, а не просто игрой.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, исходя из анализа коммерческой деятельности предприятия, а также изучения научной литературы, периодических изданий как отечественных, так и зарубежных ученых-экономистов (Савицкая Г.В., Чуев И.Н. и Чуева Л.Н., Войтоловский Н.В., ) мы определили, что главной коммерческой целью предприятия является увеличение таких показателей как объем выпуска продукции и прибыль, а также формирование ассортимента реализуемой продукции, расширение доли рынка при максимальном использовании производственных мощностей и составление прогнозов по развитию производства [27].

Объем воспроизводства и объем продажи товара являются взаимозависимыми показателями. В условиях ограниченных производственных возможностей и неограниченного спроса приоритет отдается объему воспроизводства изделий, который определяет объем продаж. Но по мере насыщения рынка и усиления конкуренции не выпуск определяет объем продаж, а, наоборот, возможный объем продаж является основой разработки производственной программы. Предприятие должно производить только те товары и в таком объеме, которые оно может продать [25].

В первой главе выпускной квалификационной работы мы рассмотрели теоретические основы коммерческой деятельности предприятия, анализа объема ассортимента продукции и его реализации. Ознакомились с терминами и понятиями, что такое коммерция на рынке, предприятие и как оно функционирует, объем продукции, реализация, рентабельность, период окупаемости. Изучили, какие бывают объекты анализа, а также его цели и задачи. Повторили основные формулы для расчетов окупаемости, рентабельности, реализации объема продаж. Рассмотрели пять этапов экономического анализа предприятия, а также список документов, благодаря

которым данный анализ можно осуществить. Ознакомились с мнением и теориями работ ученых-экономистов

Во второй главе мы рассмотрели все экономические показатели предприятия, рассчитали рентабельность, окупаемость, производительность и реализацию продукции. Предприятие функционирует на рынке 8 лет и за это время прошло разные стадии, от роста прибыли до её спада. Выручка ООО «Фабрика Качества» за последние два года сократилась с 96 354 000руб до 86 801 000руб. Рентабельность так же снизилась с 5,2 до 2,8 % за этот период. Также многие другие показатели предприятия находятся в упадке. На конец 2021 года предприятие нуждается в модернизации и введении нового продукта, в связи с этим в третьей главе были предложены мероприятия по улучшению объема реализации и финансового состояния ООО «Фабрика Качества». Был рассмотрен процесс о принятии решения, по внедрению новой единицы продукции на предприятие ООО «Фабрика Качества», также была изучена таблица, в которой подробно расписывались этапы реализации и должностная ответственность за её выполнение. Также во второй главе было разработано мероприятие, способствующее улучшению финансового состояния предприятия. Для нового продукта была просчитана калькуляция и рассмотрена экономическая эффективность данного мероприятия. Пирожное под названием «Неженка» является новым продуктом для ООО «Фабрика Качества», оно низкокалорийное и отвечает по всем запросам потребителя, благодаря этому продукту планируется наладить реализацию товара в летний период, когда спрос на продукцию значительно падает. По расчетам, данный продукт, справится с поставленной задачей успешно. Благодаря внедрению мероприятия прибыль увеличится на 2 973 513 руб., выручка увеличится на 12 885 950 руб., себестоимость увеличится на 9 912 437 руб, а срок окупаемости проекта составит 0,8 года или 9,6 месяцев.

В третьей главе мы рассмотрели педагогические аспекты изучения темы «Фирмы» в курсе экономики 10 класса. Рассмотрели структуру урока,

тематический план цели и задачи. Разработали интеллектуальную игру на тему «Экономика фирмы на практике» на основе данных финансовых результатов ООО «Фабрика Качества». Благодаря игре учащиеся научились считать калькуляцию, делать анализ финансовых результатов, анализ ассортимента продукции, а также проявлять навыки предпринимательства и креатива.

Положительный эффект от внедрения вышеперечисленных предложений для ООО «Фабрика Качества» будет достигнут в первый год их реализации. Таким образом, основная цель выпускной квалификационной работы достигнута, и поставленные задачи выполнены успешно.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абчук В.А. Коммерция: учеб. – СПб.: Изд – во Михайлова В.А, 2011.- 475с.
2. Аксенов М. А. Организация внешнеэкономических связей: учеб. пособие. – М.: Поиск, 2013. – 267с.
3. Альбеков А.У. Экономика коммерческого предприятия. – Ростовна Дону: Феникс, 2012. – 448с.
4. Акимова Е.В., Планирование производства - путь к успешному бизнесу // «Планово-экономический отдел».-2016. - No 5.-С. 18–32.
5. Анализ хозяйственной деятельности : учеб. / Г. В. Савицкая. — 2-е изд., испр. и доп. — Минск: РИГТО, 2014. — 367 с.
6. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: учеб. пособие / И.А. Либерман. - М.: ИЦ РИОР, 2013. - 220 с.
7. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учеб. / Л.Н. Чуева. - М.: Дашков и К, 2013. - 348 с.
8. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Т.Б. Бердникова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 215 с.
9. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности редприятия: конспект лекций/ Кашина Е.В., Шалгинова Л.А., Бочарова Е.В. - Красноярск: СФУ, 2013. – 212 с.
10. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учеб. / Л. Н.Чечевицына, К. В. Чечевицын. — Изд. 6-е, перераб. — Ростов н/Д.: Феникс, 2013. — 368 с.
11. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельностипредприятия: учеб. / Под ред. д.э.н. профессора А.П. Гарнова. – М.: ИНФРА – М, 2016. 366 с.
12. Большой экономический словарь. 25000 терминов / Под.ред. А.Н.Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, – 2012. – 1472с.

13. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учеб. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 350 с.
14. Богатырева О.Н., Овчаренко В.П., Шмулевич Т.В. Экономический анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия: учеб.-метод. пособие - СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД, 2016 – 34 с.
15. Блинов, А.О. Анализ использования денежных средств [Электронный ресурс] / А.О. Блинов, В.Г. Литвинов. - М. : Лаборатория книги, 2010. - 54 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97404>
16. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность [Текст] : организация и управление : учебник / Р.И. Бунеева.- Ростов н/Д : Феникс, 2012.- 350 с.: ил.- (Высш. образование) - 13 экз.
17. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность: учеб. – 2-е изд., испр. – Минск: Высшая школа, – 2012. – 288с.
18. Ворот И. Экономика фирмы. – М.: Высшая школа, 2014. – 428с.
19. Войтоловский Н.В. Экономический анализ в 2 ч. Часть 1: учеб. / под ред. Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. — 6-е 54 изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с.
20. Глазов М.М., Фирова И.П., Петрова Е.Е. «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности», «Комплексный экономический анализ финансовой деятельности» и «Анализ финансовой отчетности»: учеб. пособие под ред. М.М. Глазова. - СПб.: Астерион, 2013. – 286 с.
21. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли. –М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2013. – 448с.
22. Джеффи С. Рыночная экономика и Россия. – М.: Экономика, 2012.– 332с.
23. Друкер П. Эффективное управление: Экономические задачи и оптимальные решения. – М.: Фаир-Пресс, 2011. – 528с.
24. Ершова С. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие – СПб.: СПбГАСУ, 2014. – 155 с.

25. Журавлева Г.П. Общая экономическая теория. – М.: ИНФРА-М, 2011.
26. Зайцев Н.Л. Экономика организации: учеб. – М.: Экзамен, 2011. 768с.
27. «Экономика. Основы экономической теории» учебник для 10 кл общеобразоват. учрежд. Профильный уровень образования/Под ред. С. И. Иванова.
28. Козлова, В.Н. Коммерческая деятельность предприятия. Стратегия, организация и управление: учеб. пособие. – СПб.: Политехника, 2013. – 322с.
29. Котлер Ф. Основы маркетинга. – СПб.: Коруна, 2014. – 699с.
30. Канке А.А., Кошечкина И.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: ИД ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2013. 288с.
31. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Ч. 1 : учеб. / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 363 с.
32. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. / О.И. Аверина, Е.Г. Москалева, Л.А. Челмакина. — 2-е изд., перераб. — М. : КНОРУС, 2016. — 430 с.
18. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации : учеб. пособие / Б.И. Герасимов, Т.М. Коновалова, С.П. Спиридонов, Н.И. Саталкина. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2013. – 160 с.
33. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: конспект лекций / Г.Н. Гогица. – Самара: Самар. гуманитар. акад., 2013. – 266 с.
34. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. / Лысенко Д.В. — М.: Инфра-М, 2015. — 320 с.

35. Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. - М.: Дашков и К, 2016. - 248 с.
36. Лукичева Л.И. Управление персоналом: учеб. пособие / – 6-е изд., 64 испр. – М.: ОМЕГА-Л, 2011. – 263с.
37. Мельник М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности 55 предприятия: учеб. пособие / Под ред. Мельника М.В.-М.: Форум, 2014. - 192с.
38. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) (по состоянию на 2018 год). [Электронный ресурс]. URL: <https://okvd-2.ru> (дата обращения: 03.02.2018).
39. Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности: учеб. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 324с.
40. Планирование на предприятии: краткий курс лекций / Г. А. Маховикова, Е. Л. Кантор, И. И. Дрогомирецкий. — М.: Издательство Юрайт, 2016 — 140 с.
41. Планирование на предприятии: учеб. / Р.В. Савкина. - М.: Дашков и К, 2015. - 320 с.
42. Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности: учеб. М.: Дашков и К, 2012. – 442с
43. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. – М.: «Дашков и К», 2012. – 500с.
44. Пигунова О.В. Ассортиментная концепция предприятий розничной торговли. – М.: Маркетинг, 2013 – 321с.
45. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учеб. – М.: ИНФРАМ, – 2011. – 248 с.
46. Ромина А.Г. Коммерческая деятельность: учеб. пособие. – Минск: БГЭУ, 2011. – 316 с.
47. Скобелева, Е.А. Григорьева, Н.М. Пахновская ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное



бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2015. - 377 с. :табл. - Библиогр.: с. 315-317. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439073>

48. Селезнева, Н.Н. Анализ финансовой отчетности организации : учебное пособие / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 583 с. - Библиогр. в кн. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114703>

49. Третьяк С.Н. Коммерческая деятельность. Часть I. Основы теории и организации. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2012 – 423с.

50. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг: учеб. пособие. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011. – 97с.

51. Торхова, А.Н. Экономика предприятия : учебное пособие / А.Н. Торхова. - Изд. 3-е, стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 101 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9258-5 ; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473320>

52. Усик Н.И. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учеб. пособие. - СПб.: СПбГУНиПТ, 2014. - 110 с. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной функционирования [Текст] : учебное пособие / А. Д. Шеремет. – М. : ИНФРА-М, 2015- 415 с.

53. Шеремет А. Д. Экономический анализ [Текст] :учебник. 4-е издание, переработанное, а также дополненное. / А. Д. Шеремет, В. П. Суиц.- М. : ИНФРА-М, 2013. - 412 с.

54. Шеремет А. Д.Методика финансового анализа [Текст] : А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин, Е. В. Негашев,- М. : Инфра - М, 2014- 458с.

55. Яновский А. Формирование ценовой политики предприятия. –М.: Маркетинг, – 2011. – 381с.

56. <http://www.consultant.ru> – справочно – правовая систем

57. <http://www.finansy.ru/menu.htm> -сайт экономической тематики

58. официальный сайт Министерства управления финансами по Самарской области.

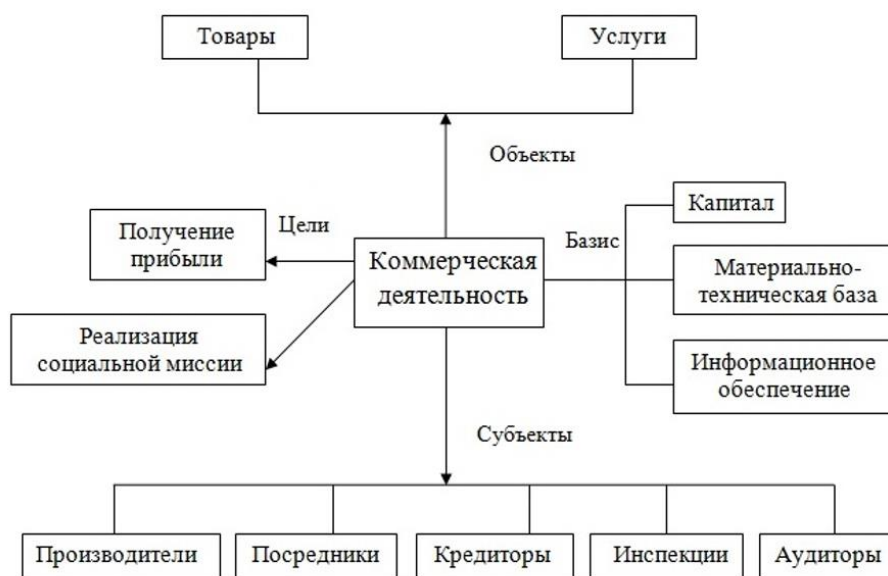
59. <https://nsportal.ru/shkola/mezhdistsiplinarnoe> - календарно тематическое планирование

60. <https://urok.1sept.ru/> - интеллектуальные игры

# ПРИЛОЖЕНИЯ

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Схема объектов коммерческой деятельности



## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

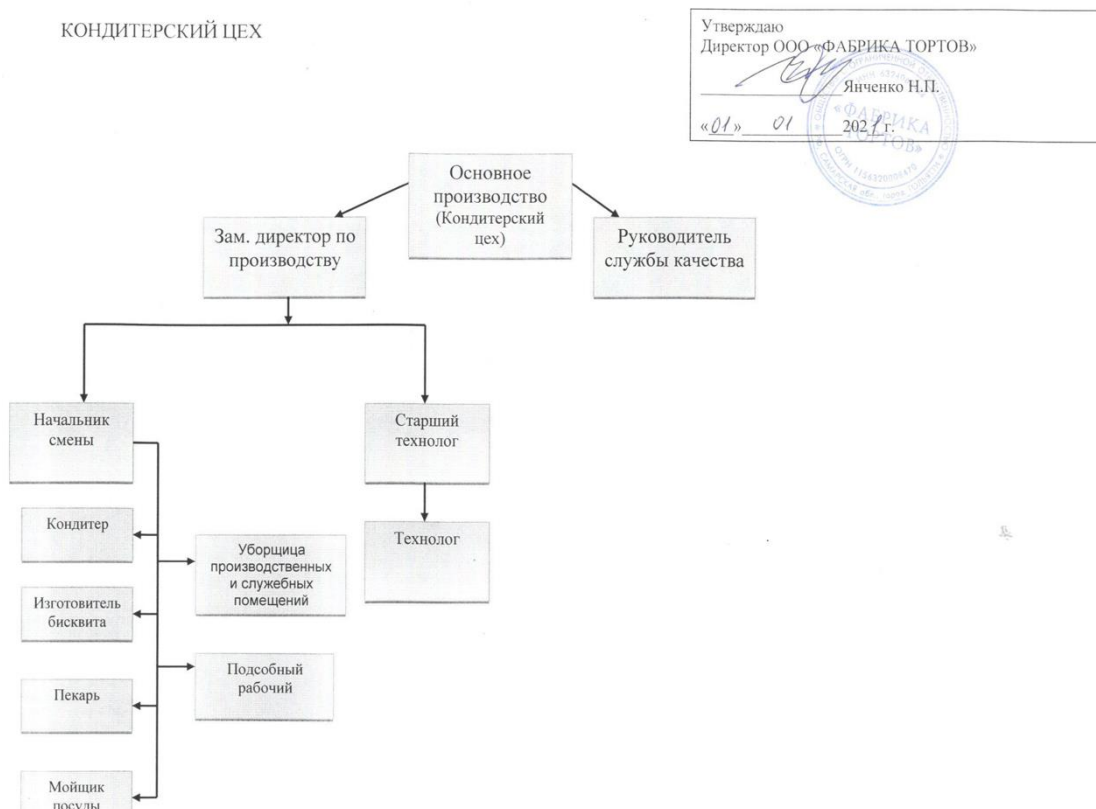
### Система показателей производственной программы



## ПРИЛОЖЕНИЕ В

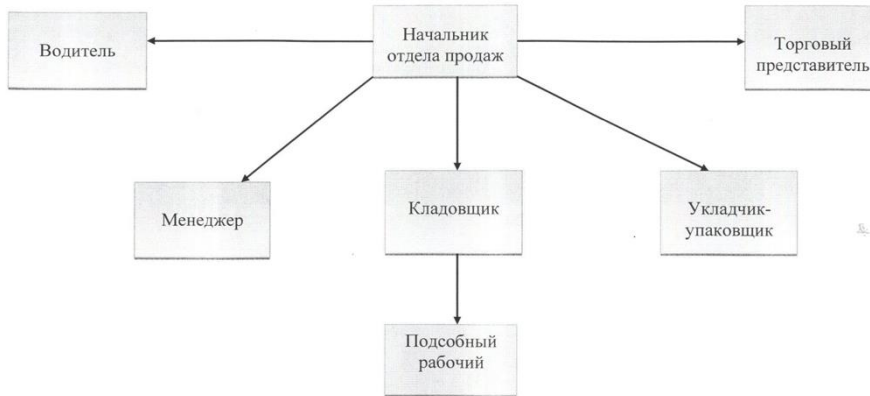


### КОНДИТЕРСКИЙ ЦЕХ



ОТДЕЛ ПРОДАЖ

Утверждаю  
Директор ООО «ФАБРИКА ТОРТОВ»  
Янченко Н.П.  
«01» 01 2021 г.



ОТДЕЛ СНАБЖЕНИЯ

Утверждаю  
Директор ООО «ФАБРИКА ТОРТОВ»  
Янченко Н.П.  
«01» 01 2021 г.



Утверждаю  
Директор ООО «ФАБРИКА ТОРТОВ»  
Янченко Н.П.  
«01» 01 2021 г.



Утверждаю  
Директор ООО «ФАБРИКА ТОРТОВ»  
Янченко Н.П.  
«01» 01 2021 г.



## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Общество с ограниченной ответственностью «Фабрика Качества»

**УТВЕРЖДАЮ**

**Директор ООО «Фабрика Качества»**

\_\_\_\_\_ Янченко Н.П.

**30.09.2019 г**

г. Тольятти

**Должностная инструкция**

**Директор**

### **I. Общие положения**

1. Директор организации относится к категории руководителей.
2. На должность директора организации назначается лицо, имеющее высшее профессиональное образование и стаж работы на руководящих должностях не менее 3 лет
3. Директор организации назначается на должность и освобождается от нее учредителем организации, Общим собранием учредителей или иным органом)
4. Директор организации должен знать:
  - Конституцию Российской Федерации;
  - законы Российской Федерации, постановления и решения Правительства Российской Федерации, касающиеся отрасли предприятия и его работы;
  - постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные документы вышестоящих и других органов, затрагивающие вопросы ведения производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельности предприятия;
  - перспективы развития данной отрасли;
  - специализацию, профиль, особенности структуры предприятия;
  - технологию производства продукции организации и возможности ее производственных мощностей;
  - методы хозяйствования и управления предприятием в условиях рыночной экономики;
  - особенности составления и согласования бизнес-планов хозяйственной и финансово-экономической деятельности организации;
  - особенности разработки программ выхода на новые рынки сбыта;
  - порядок организации производства и труда, разработки и заключения трудовых договоров и регулирования социально-трудовых отношений;
  - основы экономики, организации труда, производства и управления;
  - законодательство о труде и охране труда Российской Федерации;
  - правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.
5. В своей деятельности директор организации руководствуется:
  - законодательством РФ;
  - уставом организации;
  - настоящей должностной инструкцией;
  - правилами внутреннего трудового распорядка организации;
  - решениями (учредителя организации, Общего собрания учредителей или иного органа).
6. На время отсутствия директора организации (командировка, отпуск, болезнь, пр.) его обязанности исполняет заместитель (при отсутствии такового - лицо, назначенное в установленном порядке), который приобретает соответствующие права и несет ответственность за исполнение возложенных на него обязанностей.

### **II. Должностные обязанности.**

Директор организации:



1. Руководит в соответствии с действующим законодательством всеми видами деятельности организации.
2. Организует работу и эффективное взаимодействие производственных единиц, цехов и других структурных подразделений.
3. Обеспечивает выполнение организацией заданий согласно установленным количественным и качественным показателям, всех обязательств перед поставщиками, заказчиками и банками.
4. Организует производственно-хозяйственную деятельность организации на основе применения методов научно обоснованного планирования материальных, финансовых и трудовых затрат, максимальной мобилизации резервов производства.
5. Принимает меры по обеспечению организации квалифицированными кадрами.
6. Способствует наилучшему использованию знаний и опыта работников, созданию безопасных и благоприятных условий для их труда, соблюдению требований законодательства по охране труда.
7. Решает все вопросы в пределах предоставленных прав и поручает выполнение отдельных производственно-хозяйственных функций другим должностным лицам - своим заместителям, руководителям производственных единиц, а также функциональных и производственных подразделений организации.
8. Обеспечивает:
  - Законность, своевременность и правильность оформления документов,
  - Правильное начисление и перечисление налогов и сборов в федеральный, региональный и местный бюджеты, страховых взносов в государственные внебюджетные социальные фонды, платежей в банковские учреждения, средств на финансирование капитальных вложений.
  - Погашение в установленные сроки задолженностей организации банкам по ссудам.
9. Осуществляет контроль за:
  - установлением должностных окладов работникам организации.
  - проведением инвентаризаций основных средств, товарно-материальных ценностей и денежных средств.
10. Осуществляет взаимодействие с банками по вопросам размещения свободных финансовых средств на банковских депозитных вкладах (сертификатах) и приобретения высоколиквидных государственных ценных бумаг, осуществляет контроль за проведением учетных операций с депозитными и кредитными договорами, ценными бумагами.

### III. Права

Директор организации имеет право:

1. Действовать от имени организации, представлять ее интересы во взаимоотношениях со всеми структурными подразделениями организации, а также другими организациями по хозяйственно-финансовым и иным вопросам.
2. Заключать, изменять и расторгать трудовые договоры с работниками в порядке и на условиях, которые установлены Уставом организации, Трудовым кодексом РФ, иными федеральными законами.
3. Запрашивать от структурных подразделений организации и самостоятельных специалистов необходимую информацию о работе организации.
4. Самостоятельно принимать решение о поощрении отличившихся работников, о привлечении к материальной и дисциплинарной ответственности нарушителей производственной и трудовой дисциплины.
5. Требовать от работников исполнения ими трудовых обязанностей и бережного отношения к имуществу работодателя и других работников, соблюдения правил внутреннего трудового распорядка организации.

### IV. Ответственность

Директор организации несет ответственность в следующих случаях:

1. За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, в пределах, установленных трудовым законодательством Российской Федерации.
2. За правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

3. За причинение материального ущерба организации в пределах, установленных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.
4. За использование имущества и средств предприятия в интересах, противоположных интересам учредителей.

# ПРИЛОЖЕНИЕ Д

*Общество с ограниченной ответственностью «Фабрика Качества»*

**УТВЕРЖДАЮ**  
**Директор ООО «Фабрика Качества»**

\_\_\_\_\_ **Янченко Н.П.**  
**03.03.2017 г**

г. Тольятти

**Должностная инструкция № 02-01**  
**Главного бухгалтера**

## 1. Общие положения

1.1. Главный бухгалтер относится к категории руководителей.

1.2. На должность главного бухгалтера назначается лицо, имеющее высшее профессиональное (экономическое) образование и стаж бухгалтерско-финансовой работы, в том числе на руководящих должностях, не менее 5 лет.

1.3. Главный бухгалтер назначается на должность и освобождается от должности директором организации. Прием и сдача дел при назначении и освобождении главного бухгалтера оформляются актом после проверки состояния бухгалтерского учета и отчетности.

1.4. Главный бухгалтер должен знать:

- законодательство о бухгалтерском учете;
- основы гражданского права;
- финансовое, налоговое и хозяйственное законодательство;
- нормативные и методические документы по вопросам организации бухгалтерского учета и составления отчетности, хозяйственно-финансовой деятельности организации;
- положения и инструкции по организации бухгалтерского учета, правила его ведения;
- кодексы этики профессионального бухгалтера и корпоративного управления;
- профиль, специализацию и структуру организации, стратегию и перспективы ее развития;
- налоговый, статистический и управленческий учет;
- порядок оформления бухгалтерских операций и организации документооборота по участкам учета, списания со счетов бухгалтерского учета недостач, дебиторской задолженности и других потерь, приемки, оприходования, хранения и расходования денежных средств, товарно-материальных и других ценностей, проведения аудиторских проверок;
- формы и порядок финансовых расчетов;
- условия налогообложения юридических и физических лиц;
- правила проведения инвентаризаций денежных средств товарно-материальных ценностей, расчета с дебиторами и кредиторами, проведения проверок и документальных ревизий;
- порядок и сроки составления бухгалтерских балансов и отчетности;
- современные справочные и информационные системы в сфере бухгалтерского учета и управления финансами;
- методы анализа финансово-хозяйственной деятельности организации;
- правила хранения бухгалтерских документов и защиты информации;
- передовой отечественный и зарубежный опыт организации бухгалтерского учета;
- экономику, организацию производства, труда и управления;
- основы технологии производства;
- законодательство о труде;
- правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.

1.5. В своей деятельности главный бухгалтер руководствуется:

- законодательством РФ,
- Уставом организации,
- приказами и распоряжениями директора организации,
- настоящей должностной инструкцией,
- Правилами внутреннего трудового распорядка организации,

1.6. Главный бухгалтер подчиняется непосредственно директору предприятия.

1.7. На время отсутствия главного бухгалтера (командировка, отпуск, болезнь, пр.) его обязанности исполняет заместитель (при отсутствии такового - лицо, назначенное в установленном порядке), который приобретает соответствующие права и несет ответственность за исполнение возложенных на него обязанностей.

## *Должностные обязанности*

Главный бухгалтер:

2.1. Организует работу по постановке и ведению бухгалтерского учета организации в целях получения заинтересованными внутренними и внешними пользователями полной и достоверной информации о ее финансово-хозяйственной деятельности и финансовом положении.

2.2. Формирует в соответствии с законодательством о бухгалтерском учете учетную политику исходя из специфики условий хозяйствования, структуры, размеров, отраслевой принадлежности и других особенностей деятельности организации, позволяющую своевременно получать информацию для планирования, анализа, контроля, оценки финансового положения и результатов деятельности организации.

2.3. Возглавляет работу:

- по подготовке и утверждению рабочего плана счетов бухгалтерского учета, содержащего синтетические и аналитические счета, форм первичных учетных документов, применяемых для оформления хозяйственных операций, форм внутренней бухгалтерской отчетности;

- по обеспечению порядка проведения инвентаризации и оценки имущества и обязательств, документальному подтверждению их наличия, составления и оценки;
  - по организации системы внутреннего контроля за правильностью оформления хозяйственных операций, соблюдением порядка документооборота, технологии обработки учетной информации и ее защиты от несанкционированного доступа.
  - структурного подразделения - бухгалтерия
- 2.4. Руководит формированием информационной системы бухгалтерского учета и отчетности в соответствии с требованиями бухгалтерского, налогового, статистического и управленческого учета, обеспечивает предоставление необходимой бухгалтерской информации внутренним и внешним пользователям.
- 2.5. Организует работу по ведению регистров бухгалтерского учета на основе применения современных информационных технологий, прогрессивных форм и методов учета и контроля, исполнению смет расходов, учету имущества, обязательств, основных средств, материально-производственных запасов, денежных средств, финансовых, расчетных и кредитных операций, издержек производства и обращения, продажи продукции, выполнения работ (услуг), финансовых результатов деятельности организации.
- 2.6. Обеспечивает своевременное и точное отражение на счетах бухгалтерского учета хозяйственных операций, движения активов, формирования доходов и расходов, выполнения обязательств.
- 2.7. Обеспечивает контроль за соблюдением порядка оформления первичных учетных документов.
- 2.8. Организует информационное обеспечение управленческого учета, учет затрат на производство, составление калькуляций себестоимости продукции (работ, услуг), учет по центрам ответственности и сегментам деятельности, формирование внутренней управленческой отчетности.
- 2.9. Обеспечивает:
- своевременное перечисление налогов и сборов в федеральный, региональный и местный бюджеты, страховых взносов в государственные внебюджетные социальные фонды, платежей в кредитные организации, средств на финансирование капитальных вложений, погашение задолженностей по ссудам;
  - контроль за расходованием фонда оплаты труда, организацией и правильностью расчетов по оплате труда работников, проведением инвентаризаций, порядком ведения бухгалтерского учета, отчетности, а также проведением документальных ревизий в подразделениях организации.
- 2.10. Принимает участие в проведении финансового анализа и формировании налоговой политики на основе данных бухгалтерского учета и отчетности, в организации внутреннего аудита; подготавливает предложения, направленные на улучшение результатов финансовой деятельности организации, устранение потерь и непроизводительных затрат.
- 2.11. Ведет работу по обеспечению соблюдения финансовой и кассовой дисциплины, смет расходов, законности списания со счетов бухгалтерского учета недостач, дебиторской задолженности и других потерь.
- 2.12. Участвует в оформлении документов по недостачам, незаконному расходованию денежных средств и товарно-материальных ценностей, контролирует передачу в необходимых случаях этих материалов в следственные и судебные органы.
- 2.13. Обеспечивает составление отчета об исполнении бюджетов денежных средств и смет расходов, подготовку необходимой бухгалтерской и статистической отчетности, представление их в установленном порядке в соответствующие органы.
- 2.14. Обеспечивает сохранность бухгалтерских документов и сдачу их в установленном порядке в архив.
- 2.15. Оказывает методическую помощь руководителям подразделений и другим работникам организации по вопросам бухгалтерского учета, контроля, отчетности и анализа хозяйственной деятельности.
- 2.16. Руководит работниками бухгалтерии, организует работу по повышению их квалификации.

### **3. Права**

Главный бухгалтер имеет право:

- 3.1. Действовать от имени бухгалтерии организации, представлять его интересы во взаимоотношениях с иными структурными подразделениями организации и другими организациями по хозяйственно-финансовым и иным вопросам.
- 3.2. Вносить на рассмотрение директора организации предложения по улучшению его деятельности.
- 3.3. Запрашивать от структурных подразделений организации и самостоятельных специалистов необходимую информацию.
- 3.4. Вносить на рассмотрение директора организации:
  - представления о назначении, перемещении и освобождении от занимаемых должностей работников бухгалтерии,
  - предложения о поощрении отличившихся работников, о привлечении к материальной и дисциплинарной ответственности нарушителей производственной и трудовой дисциплины.
- 3.5. Самостоятельно вести переписку со структурными подразделениями организации, а также иными организациями по вопросам, входящим в компетенцию бухгалтерии и не требующим решения директора организации.
- 3.6. Требовать от директора организации и руководителей структурных подразделений организации оказания содействия в исполнении главным бухгалтером обязанностей и прав, предусмотренных настоящей должностной инструкцией.
- 3.7. Взаимодействовать:
  - с руководителями всех структурных подразделений по вопросам финансово-хозяйственной деятельности организации.
  - с отделом кадров - по вопросам подбора, приема, увольнения, перемещения материально-ответственных лиц и работников возглавляемого им структурного подразделения.

### **4. Ответственность**

Главный бухгалтер несет ответственность в следующих случаях:

- 4.1. За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, - в пределах, установленных трудовым законодательством Российской Федерации.
- 4.2. За правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, - в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.
- 4.3. За причинение материального ущерба организации - в пределах, установленных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.

С должностной инструкцией ознакомлена

Иванникова Л.Н.

03.03.2017

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

УТВЕРЖДАЮ

Директор ООО «Фабрика Качества»

\_\_\_\_\_ Янченко Н.П.  
03.03.2017 г

г. Тольятти

Должностная инструкция № 02-02

Бухгалтера

### *1. Общие положения.*

1.1. Бухгалтер относится к категории специалистов.

1.2. На должность бухгалтера принимается лицо, имеющее высшее профессиональное (экономическое) образование и стаж работы в должности бухгалтера не менее 1,5 лет или специальную подготовку по программе обучения для бухгалтеров и стаж работы по учету и контролю не менее 3 лет.

1.3. Бухгалтер принимается на должность и освобождается от должности директором организации по предъявлению главного бухгалтера.

1.4. Бухгалтер должен знать:

- законодательные акты, постановления, распоряжения, приказы, руководящие, методические и нормативные материалы по организации бухгалтерского учета имущества, обязательств и хозяйственных операций и составлению отчетности;

- формы и методы бухгалтерского учета на предприятии;

- план и корреспонденцию счетов;

- организацию документооборота по участкам бухгалтерского учета;

- порядок документального оформления и отражения на счетах бухгалтерского учета операций, связанных с движением основных средств, товарно-материальных ценностей и денежных средств;

- методы экономического анализа хозяйственно-финансовой деятельности предприятия;

- правила эксплуатации вычислительной техники;

- экономику, организацию труда и управления;

- рыночные методы хозяйствования;

- законодательство о труде;

- правила внутреннего трудового распорядка;

- правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и

противопожарной защиты.

1.5. В своей деятельности бухгалтер руководствуется:

- законодательством РФ,

- Уставом организации,

- приказами и распоряжениями работников, которым он подчинен согласно настоящей инструкции,

- настоящей должностной инструкцией,

- Правилами внутреннего трудового распорядка организации.

1.6. Бухгалтер подчиняется непосредственно главному бухгалтеру.

1.7. На время отсутствия бухгалтера (командировка, отпуск, болезнь, пр.) его обязанности исполняет лицо, назначенное директором организации в установленном порядке, которое приобретает соответствующие права, обязанности и несет ответственность за исполнение возложенных на него обязанностей.

### *2. Должностные обязанности.*

Бухгалтер:

2.1. Выполняет работу по ведению бухгалтерского учета имущества, обязательств и хозяйственных операций (учет основных средств, товарно-материальных ценностей, затрат на производство, реализации продукции, результатов хозяйственно-финансовой деятельности, расчеты с поставщиками и заказчиками, а также за предоставленные услуги и т.п.).

2.2. Участвует в разработке и осуществлении мероприятий, направленных на соблюдение финансовой дисциплины и рациональное использование ресурсов.

2.3. Осуществляет прием и контроль первичной документации по соответствующим участкам бухгалтерского учета и подготавливает их к счетной обработке.

2.4. Отражает на счетах бухгалтерского учета операции, связанные с движением основных средств, товарно-материальных ценностей и денежных средств.

- 2.5. Составляет отчетные калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг), выявляет источники образования потерь и непроизводительных затрат, подготавливает предложения по их предупреждению.
- 2.6. Производит начисление и перечисление налогов и сборов в федеральный, региональный и местный бюджеты, страховых взносов в государственные внебюджетные социальные фонды, платежей в банковские учреждения, средств на финансирование капитальных вложений, заработной платы рабочих и служащих, других выплат и платежей, а также отчисление средств на материальное стимулирование работников предприятия.
- 2.7. Обеспечивает руководителей, кредиторов, инвесторов, аудиторов и других пользователей бухгалтерской отчетности сопоставимой и достоверной бухгалтерской информацией по соответствующим направлениям (участкам) учета.
- 2.8. Разрабатывает рабочий план счетов, формы первичных документов, применяемые для оформления хозяйственных операций, по которым не предусмотрены типовые формы, а также формы документов для внутренней бухгалтерской отчетности, участвует в определении содержания основных приемов и методов ведения учета и технологии обработки бухгалтерской информации.
- 2.9. Участвует в проведении экономического анализа хозяйственно-финансовой деятельности предприятия по данным бухгалтерского учета и отчетности в целях выявления внутрихозяйственных резервов, осуществления режима экономии и мероприятий по совершенствованию документооборота, в разработке и внедрении прогрессивных форм и методов бухгалтерского учета на основе применения современных средств вычислительной техники, в проведении инвентаризаций денежных средств и товарно-материальных ценностей.
- 2.10. Подготавливает данные по соответствующим участкам бухгалтерского учета для составления отчетности, следит за сохранностью бухгалтерских документов, оформляет их в соответствии с установленным порядком для передачи в архив.
- 2.11. Выполняет работы по формированию, ведению и хранению базы данных бухгалтерской информации, вносит изменения в справочную и нормативную информацию, используемую при обработке данных.
- 2.12. Участвует в формулировании экономической постановки задач либо отдельных их этапов, решаемых с помощью вычислительной техники, определяет возможность использования готовых проектов, алгоритмов, пакетов прикладных программ, позволяющих создавать экономически обоснованные системы обработки экономической информации.
- 2.13. Соблюдает Правила внутреннего трудового распорядка и иные локальные нормативные акты организации.
- 2.14. Соблюдает внутренние правила и нормы сбыта, охраны труда, производственной санитарии и противопожарной защиты.
- 2.15. Обеспечивает соблюдение чистоты и порядка на своем рабочем месте,
- 2.16. Выполняет в рамках трудового договора распоряжения работников, которым он подчинен согласно настоящей инструкции.

### **3. Права.**

Бухгалтер имеет право:

- 3.1. Вносить на рассмотрение директора организации предложения:
- по совершенствованию работы связанной с предусмотренными настоящей инструкцией обязанностями,
- 3.2. Запрашивать от руководителей структурных подразделений и работников организации информацию, необходимую ему для выполнения своих должностных обязанностей.
- 3.3. Знакомиться с документами, определяющими его права и обязанности по занимаемой должности, критерии оценки качества исполнения должностных обязанностей.
- 3.4. Знакомиться с проектами решений руководства организации, касающимися его деятельности.
- 3.5. Требовать от руководства организации оказания содействия, в том числе обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для исполнения должностных обязанностей.
- 3.6. Иные права, установленные действующим трудовым законодательством.

### **4. Ответственность.**

Бухгалтер несет ответственность в следующих случаях:

- 4.1. За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, - в пределах, установленных трудовым законодательством Российской Федерации.
- 4.2. За правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, - в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.
- 4.3. За причинение материального ущерба организации - в пределах, установленных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.

СОГЛАСОВАНО  
Главный бухгалтер  
\_\_\_\_\_ Иванникова Л.Н.  
**03.03.2017 г**

## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Невостребованные пирожные
Рулеты бискв "Клубничные" 300 г, шт
Трубочка с бел/кремом 150 г, шт
Французское 140 г, шт
Эклер 150 г, шт
Очарование 0,55 кг, шт
Пражское 340 г, шт
Трайфл Красный бархат 220 г, шт
Трайфл Тирамису 220 г, шт
Кекс К чаю (постный со вкусом абрикоса) 400гр, шт
Лукошко (с халвой шоколадной) 165 г, шт
Лукошко (с халвой) 165 г, шт
Рулет Нежный 320 гр, шт
Рулет С фруктовой начинкой (с ароматом абрикоса) 1,4 кг, шт
Рулет С фруктовой начинкой (с ароматом вишни) 1,4 кг, шт
Рулет С фруктовой начинкой (со вкусом банана) 1,4 кг, шт
Рулет С фруктовой начинкой (со вкусом лимона) 1,4 кг, шт
Трубочка с бел/кремом 150 г, шт
Трубочка слоёная кремом 588 г, шт
Фантазия (Эскимо) 240г, шт
Заварное кольцо (с шоколадным кремом и соленой карамелью) 180 г, шт
Маффин тюльпан (Ассорти) 400 г, шт
Рулет С вареной сгущенкой 1,65 кг, шт
Профитроли (Сливочные) 220 г, шт
Райская птичка 260 г, шт
Рулет Из Союза 1,55 кг, шт
Трайфл Тирамису 220 г, шт
Профитроли (Оригинальные) черника со слив. 1,0 кг , шт
Корзиночка (песочный штрудель) 140 г, шт

### ПРИЛОЖЕНИЕ 3

#### КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПО ФК ГОС

№ урока	Тема урока	Содержательные элементы	Виды деятельности и результаты обучающихся	Домашнее задание
Раздел 1 «Введение. Основные вопросы экономики» (10 часов)				
1-2	Что такое экономика. Методы экономической науки	Экономика – система, наука. Микро и макроэкономика, методы эконом. науки.	Изучения нового материала. Лекция с эл. беседы, выполн. тест. заданий, взаимопроверка	§ 1
3-4	Ограниченность ресурсов. Выбор. Альтернативная стоимость.	Потребности и ресурсы. Ограниченность как недостаточность доступных ресурсов для удовлетворения потребностей. Компромиссный выбор. Альтернативная стоимость, свободные и экономические блага, производительность труда, разделение тр., специализация, обмен, типы собственности.	Комбинированный, лекция с эл. беседы, решение задач произв. труда.	§ 2
5-6	Главные вопросы экономики. Экономические системы.	Типы экономических систем. Экономические институты и стимулы. Право собственности и его значение для экономической деятельности. Роль механизма цен как ориентира для продавцов и покупателей. Причины эффективности рыночного механизма и источники его слабостей.	Изучения нового материала. Представление достоинств и недостатков экон. систем в группах, заполнение таблиц, решение тестовых заданий, дискуссия, группов. работа построение КПВ	§ 3-4
7-8	Командная система. Смешанная система.	Особенности командной системы, основные признаки смешанной. Роль рыночных механизмов в смешанной экономической системе.	Комбинированный. Представление эк. систем, работа с таблицей, выполнение тестов, взаимопроверка, дискуссия	§ 5
9-10	Основы экономического анализа и принятия решений.	Выбор и принцип рационального поведения. Выгоды (полезность) и затраты. Маржинальный принцип анализа и принятия экономических решений. Сравнительное преимущество. Взаимовыгодность обмена.	Комбинированный. Выполнения практикумов в группах и индивидуально, обсуждение выполнения домашнего задания (эссе).	Презентации, решение задач
Раздел 2 «Рыночный механизм» (8 часов)				



11-12	Что такое спрос	Величина спроса. Спрос. Шкала спроса, кривая спроса. Закон спроса. Факторы, формирующие спрос. Эластичность спроса по цене. Взаимосвязанные товары и услуги. Индивидуальный и рыночный спрос.	Изучения нового материала, комбинированный. Лекция, построение графиков, работа с текстом, выполнение практикума.	§ 6
13-14	Факторы предложения	Величина предложения. Предложение. Шкала предложения, кривая предложения. Закон предложения. Факторы, влияющие на предложение. Индивидуальное и рыночное предложение. Эластичность предложения по цене.	Изучения нового материала, комбинированный. Построение кривой, шкалы, выполнение практикума, решение задач	§ 7
15-16	Формирование рыночных цен.	Рыночное равновесие. Равновесная цена, равновесное количество, избыток и дефицит. Причины и следствия нарушения рын. равновесия	Изучения нового материала, комбинированный. Лекция с эл беседы, выполнение практикумов, построение графиков, решение задач.	Пар.8
17-18	Рынок на практике.	Розничная и оптовая торговля, физический и нематериальный капитал, сбережения и их превращение в капитал. Финансовый рынок. Различия между собственным и заемным капиталом.	Изучения нового материала. Работа с текстом , составление схем, таблиц, комментирование прочитанного, выполнение проблемных заданий.	Пар.9
Раздел 3 «Деньги» (6 часов)				
19-20	Причины возникновения и формы денег.	Товарные деньги, преимущества денег как средства обмена, ликвидность, эмиссия, формы денег, элементы денежных систем.	Изучения нового материала. Сообщения, выполнение проблемных зад, упражнений, тестов, объяснение схем.	§10
21-22	Функции денег в современной экономике.	Бартер, функции денег, активы, ликвидность	Урок-практикум, Выполнение упражнений , тестов. Обсуждение домашних эссе.	§ 11
23-24	Карманные деньги: за и против .	Количественная теория денег, уравнение обмена, скорость обращения денег	Изучения нового материала, Мини - лекция с пробл. заданиями, сообщение, решение задач.	Эссе «С какого возраста стоит начинать пользоваться деньгами?»
Раздел 4 «Банки» (8 часов)				
25-26	Причины появления и виды банков.	Банковская система. Функции банков. Виды банков. Основные виды услуг. Причины экономической рациональности деятельности банков.	Выполнение пробл. заданий Мини-лекция, работа с текстом, «Из истории банков»	§ 12

27-28	Принципы кредитования. Банки и структура денежной массы.	Принципы кредитования, депозиты до востребования и срочные, кредитоспособность, вексель, чек, безналичный расчет, дисконтирование.	Изучения нового материала. Мини-лекция, выполнение пробл. заданий, упражнений,.	§ 13
29-30	Как банки создают деньги	Кредитная эмиссия, обязательные резервы, депозитный мультипликатор. Простой и сложный процент.	Комбинированный. Лекция с элементами беседы, выполнение упражнений, решение задач	Презентации «виды банков»
31-32	Роль Центрального банка в регулировании кредитно-денежной системы страны.	Функции ЦБ, задачи ЦБ. Нормы обязательных резервов, учетная ставка. Операции на открытом рынке.	Изучения нового материала. Мини-лекция, самостоятельная работа с текстом, выполнение упражнений.	Анализ официальных сайтов Центробанка и правительства
Раздел 5 «Человек на рынке труда» (18 часов)				
33-34	Экономическая природа рынка труда	Рынок труда, его особенности, мобильность трудовых ресурсов, совершенная конкуренция на рынке труда. Факторы, определяющие спрос и предложение на рынке труда.	Изучения нового материала. Самостоятельная работа с текстом, беседа, упражнения	§ 14
35-36	Спрос на услуги труда	Предельный продукт труда, закон убывающей предельной производительности переменного фактора, кривая спроса фирмы на услуги труда, отраслевой и рыночный спрос на труд.	Изучения нового материала. Лекция с беседой, решение задач в группах, выполнение упражнений	Мини-проект «Рынок труда будущего»
37-38	Предложение труда	Альтернативная стоимость досуга, эффект замены, эффект дохода, рыночное предложение услуг труда	Комбинированный. Мини-лекция, практикум, объяснение графиков.	Мини-проект «Наиболее востребованные, престижные и оплачиваемые профессии»
39-40	Что такое заработная плата и от чего она зависит	Ставка зарплаты, виды зарплаты, дискриминация на рынке труда.	Изучения нового материала. Самостоятельная работа с текстом, беседа, выполнение упражнений	§ 16
41-42	Причины и виды конфликтов на рынке труда	Виды конфликтов, их причины, профсоюзы, задачи профсоюзов	Изучения нового материала. Самост. работа с текстом, беседа, практикум	Пар. 17, презентации о профсоюзах
43-44	Социальные факторы формирования заработной платы	Ставка зарплаты, виды зарплаты, прожиточный минимум, потребительская корзина, трудовой контракт, коллективный договор, генеральное соглашение, трудовая пенсия	Комбинированный. Самостоятельная работа с текстом, анализ предварительного соцопроса, выполнение упражнений, тестирование	Пар. 18, анализ данных по зарплате за последние 10 лет
45-47	Причины и виды безработицы	Рабочая сила, занятость, безработица, уровень занятости, уровень безработицы. Расчет уровня безработицы. Виды	Изучения нового материала. Мини-лекция, работа с текстом, составление схем, таблиц, беседа,	Пар.19

		безработицы и причины их возникновения, Социальные последствия безработицы.	выполнение тестовых заданий	
48-50	Полная занятость и методы сокращения безработицы	Естественный уровень безработицы, государственная политика в области занятости. Мобильность рабочей силы, неполная занятость, монополия, способы сокращения безработицы	Комбинированный. Самостоятельная работа с текстом, проблемные задания, анализ ситуации в Череповце по материалам периодической печати, интервью с представителем службы занятости, выполнение упр., к/р по теме	Пар. 20
Раздел 6 «Фирмы» (14 часов)				
51-52	Фирма. Роль фирм в экономике	Фирма, предприниматель и предпринимательство, достоинства и недостатки мелких и крупных фирм.	Изучения нового материала. Мини-лекция, самостоят. работа с текстом и раздаточн. материалом, анализ схем и таблиц, тестовые задан.	Пар. 21
53-54	Организационно-правовые формы фирм	Хозяйственные товарищества и общества, принципы распределения прибыли, организационно-правовые формы ведения бизнеса по российскому законодательству	Комбинированный. Анализ таблиц, схем, гипертекста, материала уч. пособия. Выполнение упражнений	Пар. 22. Мини-проект «Моя фирма»
55-56	Экономический подход к понятиям издержек и прибыли	Издержки, выручка, прибыль. Максимизация прибыли. Постоянные и переменные затраты, средние и предельные издержки.	Комбинированный. Мини-лекция, выполнение упражнений	Пар. 23 Анализ открытых данных реальных фирм
57-58	Поведение потребителя. Общая предельная полезность. Закон убывающей полезности.	Типы конкурентных рынков, влияние монополизации на положение продавцов и покупателей, роль государства в ограничении монополизации рынка	Изучения нового материала. Мини-лекция, работа с текстом и анализ таблицы, работа с упражнениями, беседа	Анализ уровня монополизации российского рынка
59-60	Правило максимизации полезности. Кривые безразличия.	Основные источники финансирования бизнеса, бухгалтерский учет, баланс фирмы, активы и пассивы фирмы, закон убывающей эффективности, амортизация, основной капитал	Изучения нового материала. Мини-лекция, работа с текстом и анализ таблицы, работа с упражнениями, беседа	Решение задач
61-62	Бюджетное ограничение. Равновесие потребителя.	Менеджмент, уровни менеджмента, маркетинг, маркетинговые исследования, понятие планирования	Комбинированный. Подготовленные сообщения, беседа	Мини-проект «Маркетинговое исследование»
63-64	Индивидуальный и рыночный спрос.	Бизнес-план, цена безразличия, фьючерс,	Практикум	Повторение
Раздел 7 «Потребители» (8 часов)				

65-66	Потребительский выбор	Потребительский выбор. Суверенитет потребителя. Роль информации в процессе потребительского выбора. Реклама. Права потребителя и их защита.	Комбинированный. Мини-лекция, сообщения, социолог. Исследования, анализ прессы по типам реклам, дискуссия	Задачи
67-68	Доходы и расходы семей	Семейные доходы, виды факторных доходов, закон Энгеля, семейные расходы	Изучения нового материала. Мини-лекция, анализ таблиц, выполнение тестовых заданий	Пар. 24
69-70	Влияние инфляции на семейную экономику	Номинальный доход, реальный доход, переменные и фиксированные доходы, номинальная и реальная ставка процента. Роль семейных сбережений для обеспечения экономического развития страны. Страхование.	Комбинированный. Мини-лекция, беседа, расчеты реального дохода, решение задач	Пар. 25
71-72	Неравенство доходов и его последствия	Неравенство доходов, богатство, абсолютное равенство, кривая Лоренца, социальные трансферты. Механизм регулирования доходов в экономике смешанного типа, экономические аспекты бедности. Социальные программы как метод ее смягчения.	Изучения нового материала. Мини-лекция, беседа, анализ текста, дискуссия, построение кривой Лоренца, решение задач	Пар. 26
Раздел 8 «Экономические задачи государства» (18 часов)				
73-74	Роль государства как защитника экономических свобод	Экономические свободы, слабые стороны рынка, монополизация рынка, антимонопольное законодательство. Внешние эффекты, положительные и отрицательные. Общественные блага	Изучения нового материала. Самостоятельная работа с текстом, составление схем, анализ таблиц, беседа	Пар. 27. Анализ исторического развития российской государственности с точки зрения экономики
75-76	Реклама. Права потребителя.	Виды рекламы и ее функции. Закон о защите прав потребителя.	Комбинированный.	Эссе «Реклама: за и против»
77-78	Безработица и ее виды.	Циклическая и структурная безработица. Проблемы безработицы.	Изучения нового материала.	Мини-проект «Безработица в России»
79-80	Банковская система России. Принципы кредитования	Принципы кредитования, депозиты до востребования и срочные, кредитоспособность, вексель, чек, безналичный расчет, дисконтирование.	Изучения нового материала.	Пар. 28
81-83	Роль ЦБ в регулировании кредитно-денежной системе страны	Функции ЦБ, задачи ЦБ. Нормы обязательных резервов, учетная ставка. Операции на открытом рынке.	Изучения нового материала. Лекция с элементами беседы. Работа с интернет ресурсами	Анализ актуальных действий ЦБ

84-85	Монетарная политика	Цели и инструменты монетарной политики: изменение нормы обязательных банковских резервов, изменение учетной ставки. Операции на открытом рынке. Меры монетарной политики, направленные на стабилизацию экономического развития. Взаимосвязь монетарной и фискальной политики	Изучения нового материала.	Анализ экономических новостей
86-88	Налоги как источник доходов государства	Принципы и методы налогообложения, виды налогов, кривая Лаффера	Изучения нового материала. Самостоятельная работа с текстом, гипертекстом, составление схем, анализ рисунков и таблиц, беседа, выполнение задач и тестов	Пар. 29
89-90	Как формируется и расходуется государственный бюджет	Бюджет, виды доходов, виды расходов, бюджетное тождество и дефицит, профицит. Причины возникновения госдолга и способы его сокращения, госдолг	Изучения нового материала. комбинированный	Пар. 30
Раздел 9 «Экономический рост» (6 часов)				
91-92	Что такое экономический рост и как можно его ускорить	Экономический рост, интенсивный, экстенсивный. Механизмы экономического роста. Мультипликатор, Акселератор, норма накопления, темпы роста, устойчивое развитие	Изучения нового материала.	Пар. 31
93-94	Экономические проблемы человечества в 21 веке	Геэкономика. Опасность «ножниц неравенства», проблема «север-юг», способы разрешения	Изучения нового материала. Круглый стол, работа с текстами, интернет ресурсами	Пар. 32
95	Современная экономика России	Особенности экономики современной России, основные проблемы. Уровень жизни в России в сравнении с другими странами	Мини-лекция, работа с текстом, Изучения нового материала. обсуждение сообщений	Пар. 35
96	Экономика переходного типа в России	Либерализация экономики, структура собственности в России	Комбинированный. Работа с текстом, анализ схем и диаграмм, использование интернет-ресурсов для проведения сравнительного анализа экономического развития России и разных групп стран, беседа.	Пар. 36
Раздел 10 «Международная экономика» (6 часов)				

97-98	Международная торговля и ее влияние на экономику страны	Экспорт, импорт, принципы относительного и абсолютного преимуществ, международное разделение труда и мировой торговли, протекционизм и фритредерство, демпинг, сальдо торг. баланса. Влияние международной торговли на производственные возможности и уровни благосостояния торгующих стран	Изучения нового материала. Мини-лекция, работа с текстом, обсуждение сообщений, решение задач, тестов	Пар. 33
99-100	Международная финансовая система	Валютный курс, обмен валютами, конвертируемость валют, организация денежных расчетов, виды валют и валютные системы	Мини-лекция, работа с текстом, Изучения нового материала. обсуждение сообщений	Пар. 34
101-102	Уроки повторения	Отработка заданий ЕГЭ по обществознанию. (экономика)	Выполнение тестовых заданий типа А,В; анализ текстов ЕГЭ по экономической сфере	

## ПРИЛОЖЕНИЕ И

### План интеллектуальной игры «Экономика фирмы на практике»

#### ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Социально-экономические преобразования, происходящие в России в начале XXI века, требуют существенного изменения содержания подготовки специалистов экономики и бухгалтерского учета и делопроизводителей, вооруженных знаниями современных экономических наук. Специалисты должны владеть коммуникативными качествами, информационной культурой, анализировать продажи и конкурентов и также быстро оценивать новую поступающую информацию. Уметь работать в коллективе и команде. Быть творчески активными и мобильными специалистами или предпринимателями, что позволит специалисту или компании быть конкурентоспособными на рынке труда.

Развитию этих способностей способствуют внеклассные мероприятия. Они позволяют более углубленно изучать дисциплину «Экономика», повышают интерес к изучению экономических наук. Игровая форма внеклассных мероприятий помогает проявить студентам творческую и интеллектуальную способность, развивает умение работать в команде.

Интеллектуальная игра «Экономика фирмы на предприятии» проводится для учащихся старших классов средней школы.

Содержание мероприятия включает в себя выполнение заданий, решение проблем и задач по теме, анализ, разработка и внедрение нового товара на предприятии А.

Интеллектуальная игра «Экономика фирмы на предприятии», основывается на групповой состязательности по дисциплине «Экономика» и углубленном изучении раздела под названием «Фирмы». Проведению мероприятия предшествовал период подготовки, учащиеся изучили параграф «Фирмы», основные термины и понятия, представленные в нем. Изучены

такие понятия как: прибыль; убыток; фирма; продукт фирмы; бухгалтерские и экономические издержки.

Методическая цель:

Организация внеклассного интеллектуального мероприятия с применением игровых технологий

Цель интеллектуальной игры «Экономика фирмы на предприятии» – оптимизация знаний по разделу «Фирмы», повышение интереса к дисциплине «Экономика», развитие умений работы в команде, умение быстро анализировать информацию и принимать нестандартные решения.

Воспитательная цель:

- развитие способности организовать собственную трудовую деятельность;
- способствовать формированию умения работать в команде, эффективно общаться с участниками команды.

Для выполнения заданий студент должен:

уметь:

- оперировать основными категориями и понятиями экономической теории;
- высчитывать абсолютные и относительные отклонения;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом действия экономических закономерностей на микроуровне.

Знать:

- что такое фирма и как она функционирует;
- из чего складывается экономика фирмы;
- как минимизировать траты и увеличить прибыль;
- как разработать новый продукт и внедрить его без экономических потерь;

Тип занятия: интеллектуальная игра

Средства: экран, проектор, ноутбук, фото аппаратура,.



Методическое оснащение: раздаточный материал для организации игры, для участников команд.

Раздаточный материал для организации игры:

- Таблицы с экономическими показателями.

Для участников команд:

- Листы А-4
- Карандаши, ручки, ножницы, степлер, скотч.

Развиваемые компетенции: умение и навыки работы в группе, умение слушать, брать на себя ответственность, самостоятельность при принятии решений, умение мыслить, умение общаться, отстаивать свою точку зрения, уважение и принятие собеседника и др.

#### ЭТАПЫ ВНЕКЛАССНОГО МЕРОПРИЯТИЯ:

Этапы занятия	Цель фрагмента занятия	Время
Организационный момент	Организация начала мероприятия. Ознакомление с содержанием, структурой игры. Мотивация на успех.	3 минуты
Формирование команд	Деление класса на группы из 4 человек для улучшения качества работы и усвоения материала. А также с целью улучшения способности работать в группах.	3 минуты
Первый тур - Выполнение тестовых заданий	Актуализация и систематизация знания по разделу «Фирма». Ответы на вопросы теста. Настрой на групповую работу, создание дружеской атмосферы в классе.	12 минут
Второй тур – решение поставленных задач	Формирование аналитического мышления; умения выстраивать отношения в группе и принимать совместные решения.	46 минуты
Третий тур – Выступление, обоснование своих решений и демонстрация выполненной работы	Формирование таких важных качеств как: аккуратность, внимательность, ответственность, стрессоустойчивость, быстрая реакция и креативность; Совершенствование навыков совместной работы всех членов группы.	20 минут
Рефлексия	Развитие способности целеполагания, самоанализа, самоосмысления, личностного совершенствования;	3 минуты
Подведение итогов	Подведение итогов игры, подсчитывание баллов	3 минуты
Итого:		90 минут

Раздаточный материал.

Таблица 1. Динамика основных технико-экономических показателей ООО «Фабрика Качества», тыс.руб.

/п	Показатели	2020 год	2021 год	Абс откл 2021 к 2020	Отн откл 2021 к 2020 (%)
	1	2	3	4	5
1	Выручка, тыс. руб.	96 354	86 801	-9 553	90,1
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	61 954	59 405		
3	Валовая прибыль, тыс. руб.	34 400	27 396		
4	Управленческие расходы, тыс. руб.	30 851	25 302	-5 549	82
5	Коммерческие расходы	2 818	1 614	- 1 204	42,7
6	Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	731	480		
	Прочие доходы, тыс.руб.	8	145		
7	Прочие расходы, тыс. руб.	305	404	99	32,4
8	Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	434	221		
9	Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	87	96	9	10,3
10	Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	347	125	-222	63,9
11	Численность персонала, чел.	95	95	0	100
12	Рентабельность продукции, %	0,56	0,2		

Окончание таблицы 1

13	Рентабельность продаж, %	0,36	0,14	-0,22	61,6
14	Выработка на одного работающего	1 014,2	913,6	-100,6	9,9
15	Затраты на 1 рубль реализации = С/В	0,96	0,97	0,01	1,04

Таблица 2. Сезонность в реализации определенных видов продукции в разрезе за 12 месяцев 2021 года, шт.

Месяцы	Наименование товара			
	Торты	Пирожные	Печенье	Карамель
Январь	325 896	210 544	130 711	30 301
Февраль	312 932	240 205	101 987	19 420
Март	357 962	251 122	103 495	5 497
Апрель	319 457	200 134	95 651	2 120
Май	327 613	205 125	152 034	32 644
Июнь	316 024	123 442	71 023	27 895
Июль	286 151	119 809	85 111	21 018
Август	267 347	112 603	80 213	19 305
Сентябрь	294 987	175 014	126 455	43 851
Октябрь	312 077	188 532	99 301	16 314
Ноябрь	320 524	190 002	95 113	11 739
Декабрь	340 102	231 512	110 277	35 022
Итого		2 248 044	1 251 371	265 126

ХОД ИГРЫ «Экономика фирмы на практике»

1. Организационный момент

Добрый день, уважаемые учащиеся!

Сегодня мы проведем внеклассное мероприятие в виде интеллектуальной игры на тему «Экономика фирмы на предприятии».

Интеллектуальная игра состоит из трех туров, на которых вы будете выполнять тестовые задания, решать задачи, анализировать ситуации, решать вопросы и проявлять креатив.

У вас будет возможность проявить свои интеллектуальные и творческие способности, смекалку и умение работать в малых группах.

По итогам игры ваши групповые творческие работы будут оценены приятными призами.

Итак, начнем нашу игру с формирования групп по 4 человека в каждой.

## 2. Формирование групп

Вы должны распределиться на группы по 4 человека так, чтобы вам было комфортно работать друг с другом. В группах вам предстоит работать как индивидуально, так и совместно с каждым из членов группы.

Если все группы сформировались, занимайте свои места, и мы начинаем нашу игру.

## 3. Интеллектуальная игра «Экономика фирмы на предприятии»

### Первый тур - выполнение тестовых заданий

Для того чтобы начать турнир, нам необходимо повторить ранее изученный материал, по разделу «Фирмы» в дисциплине экономика. Для этого предлагаю вспомнить основную терминологию.

Каждый участник игры получает карточку с тестом, далее учащиеся отвечают и ответы проверяются сразу же, озвучивая. Выполняя эти задания, вы вспомните основную терминологию, изученную ранее в разделе. Это вам поможет подготовиться к выполнению следующего тура нашей сегодняшней игры.

Тест:

1. Какой показатель даёт владельцу коммерческого предприятия представление об эффективности его работы?

- 1) выручка от реализации
- 2) размер инвестиций в производство
- 3) рост числа работников
- 4) чистая прибыль

2. К переменным издержкам производства относятся затраты на

- 1) эксплуатацию оборудования
- 2) переподготовку кадров

- 3) аренду помещения
- 4) покупку сырья

3. Используемые в процессе производства станки и промышленное оборудование, производственные здания, сооружения, комплектующие и расходные материалы, технологии относятся к такому фактору производства,

- 1) капитал
- 2) рента
- 3) менеджмент
- 4) земля

4. Примером переменных издержек предприятия являются расходы на

- 1) страхование имущества
- 2) выплату заработной платы службе охраны
- 3) оплату услуг энергосбытовых организаций
- 4) выплату заработной платы администрации

5. Все экономические ресурсы, непосредственно задействованные в создании конкретного товара или услуги, называют

- 1) физическим капиталом
- 2) факторами производства
- 3) природными ресурсами
- 4) спросом и предложением

6. К переменным затратам фирмы относится(-ятся)

- 1) арендная плата за помещение
- 2) внесение средств за аренду помещения
- 3) затраты на приобретение комплектующих деталей
- 4) затраты на услуги телефонной связи

7. Рост рентабельности зависит от минимизации какого показателя?

- 1) Выручки
- 2) Цены
- 3) Себестоимости

8. Что характеризует общий финансовый результат хозяйственной деятельности?

- 1) рентабельность деятельности
- 2) прибыль или убыток
- 3) издержки производства и обращения

9. Как рассчитывается прибыль от реализации продукции?

- 1) сумма всех товаров
- 2) цена товарных запасов без налога на добавленную стоимость
- 3) разность между выручкой от реализации продукции без налога на добавленную стоимость

Регламент времени на выполнение задания – 10 минут. Проверка задания 2 минуты.

## Второй тур - выполнение поставленных задач

Учащиеся получают раздаточный материал с таблицей 1 и таблицей 2 и начинают работу с ними.

Задачи:

- Просмотреть отчет о финансовых результатах, представленных в таблице 1. Проанализировать таблицу 1 и посчитать абсолютные и относительные отклонения по показателям, построчно: 2,3,5,7,11.
- Выявить основные проблемы на предприятии, посредством отчета о финансовых результатах.
- Проанализировать выручку предприятия.
- Ознакомиться с видами продукции и количеством реализации товара.
- Проанализировать динамику продаж по месяцам и рассчитать общий объем продаж в категории «Торты».

Этап 1.

Участники групп знакомятся с таблицей 1, в которой представлен отчет о финансовых результатах за 2020 и 2021 год на ООО «Фабрика Качества». Им нужно проанализировать её. Рассмотреть, как считаются такие показатели, как: выручка, управленческие расходы, прочие расходы, текущий налог на прибыль, чистая прибыль(убыток), численность персонала, рентабельность продаж, выработка на одного работающего, затраты на 1 рубль реализации.

Проанализировав уже имеющиеся данные, учащиеся, могут заметить изменения по выручке в отрицательную сторону. «О чем это говорит?» (Учащиеся должны ответить на данный вопрос, выдвигая свои версии и обосновывая их)

Правильный ответ: Данное явление произошло из-за того, что сладкую продукцию стали покупать гораздо реже во время пандемии в 2020-2021 году. Так как основная часть потребителей, внепланово стала находиться большое количество времени дома, многие задумались о своем образе жизни. Большинство людей стали отказываться от калорийных пирожных в пользу более легких и полезных. В связи с чем мы можем наблюдать снижение выручки на 9 553, тыс.руб.

#### Этап 2.

Следующим этапом является самостоятельный или групповой расчет учащимися, абсолютных и относительных отклонений таких показателей как: себестоимость продаж, валовая прибыль, прибыль(убыток) от продаж, прибыль(убыток) до налогообложения, рентабельность продукции. Готовые значения учащиеся вписывают в свободные ячейки.

#### Этап 3.

Исходя из расчетов и анализа таблицы 1, можно увидеть спад многих показателей, главным из которых является выручка. Для того, чтобы выявить причины падения выручки, необходимо научиться более детально анализировать её составляющие, а именно выпускаемую продукцию.

Для этого, после заполнения таблицы 1, учащимся раздается карточка с таблицей 2, на которой представлена сезонность по всем категориям товаров за 12 месяцев. Учащиеся должны ознакомиться с карточкой. На ней представлены категории производимой продукции, а так же месяца и количество проданных товаров в штуках.

#### Этап 4.

После ознакомления с карточкой, учащиеся видят, что единственным незаполненным полем в таблице 2 является итог реализации продукции за год в категории «Торты». Учащиеся группой должны посчитать итоговый объем реализации товаров и вписать данные в свободную ячейку.

Этап 5.

Завершение расчетов и переход к третьему туру.

Третий тур - выступление, обоснование своих решений и демонстрация выполненной работы

Этап 1.

После того, как учащиеся выполнили все задания и расчеты, нужно подвести итоги и проверить правильность выполненных заданий.

Этап 2.

После подведения итогов учащимся предлагается поразмышлять и проявить креатив в группах. Им нужно сформулировать рекомендации по улучшению ситуации в области реализации. В связи с этим предлагается подумать и предложить новые виды продукции, которые бы удовлетворяли потребности потребителя в летний период. Участникам групп предлагается не только придумать новый продукт, но и изобразить его графически, с помощью карандашей и листа А4.

Этап 3.

Участники команд выступают со своими предложениями и демонстрируют конечный продукт своей интеллектуальной и творческой деятельности. Получают призы.



## ПРИЛОЖЕНИЕ К

Бухгалтерский баланс ООО «Фабрика Качества»  
На 31 декабря 2021 г.

<i>Пояснения<sup>1</sup></i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2021 г.</i>	<i>На 31 декабря 2020 г.</i>	<i>На 31 декабря 2019 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
<b>Актив</b>					
<b>I. Внеоборотные активы</b>					
	Нематериальные активы	1110	-	-	-
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	-	-	-
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	Итого по разделу I	1100	-	-	-
<b>II. Оборотные активы</b>					
	Запасы	1210	30 932	45 755	36 855
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	72	10	128
	Дебиторская задолженность	1230	14 513	9 520	22 502
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	858	1 859	176
	Прочие оборотные активы	1260	38	2	-
	Итого по разделу II	1200	46 413	57 146	59 662
	БАЛАНС	1600	46 413	57 146	59 662
		<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2021 г.</i>	<i>На 31 декабря 2020 г.</i>	<i>На 31 декабря 2019 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
<b>Пассив</b>					
<b>III. Капитал и резервы</b>					

Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) <sup>2</sup>	(-)	(-)
Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
Резервный капитал	1360	-	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	8 542	23 586	23 239
Итого по разделу III	1300	8 552	23 596	23 249
IV. Долгосрочные обязательства				
Заемные средства	1410	0	8 035	2 500
Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
Оценочные обязательства	1430	-	-	-
Прочие обязательства	1450	-	-	-
Итого по разделу IV	1400	0	8 035	2 500
V. Краткосрочные обязательства				
Заемные средства	1510	0	-	2 335
Кредиторская задолженность	1520	37 861	25 515	31 578
Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
Оценочные обязательства	1540	-	-	-
Прочие обязательства	1550	-	-	-
Итого по разделу V	1500	37 861	25 515	33 913
БАЛАНС	1700	46 413	57 146	59 662

## ПРИЛОЖЕНИЕ Л

### Отчет о финансовых результатах За 2021 г.

<i>Пояснения<sup>3</sup></i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>За 2021 г.</i>	<i>За 2020 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	Выручка <sup>4</sup>	2110	86 801	96 354
	Себестоимость продаж	2120	(59 405)	(61 954)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	27 396	34 400
	Коммерческие расходы	2210	(1 614)	(2 818)
	Управленческие расходы	2220	(25 302)	(30 851)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	480	731
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	-	-
	Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	145	8
	Прочие расходы	2350	(404)	(305)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	434	221
	Налог на прибыль	2410	(96)	(87)
	в т.ч.:			
	текущий налог на прибыль	2411	(96)	(87)
	отложенный налог на прибыль <sup>6</sup>	2412	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	338	134
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода <sup>5</sup>	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода <sup>7</sup>	2500	125	347
<i>Пояснения<sup>3</sup></i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>За 2021 г.</i>	<i>За 2020 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<b>СПРАВОЧНО</b>				
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-

	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-
--	--	------	---	---