

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Логистика и управление цепями поставок

(направленность (профиль)/специализация)

## ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Улучшение финансовых результатов деятельности предприятия на основе логистики (на примере ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»)

Обучающийся

М.Р. Султанов

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. пед. наук С.О. Шаногина

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2022

## Аннотация

Актуальность работы обусловлена тем, что организация и управление логистическо-коммерческой деятельностью предприятия являются одним из наиболее важных элементов системы взаимодействия фирмы и потребителя как субъектов экономических отношений. На любом предприятии (в том числе и производственном) конкурентоспособность всей организации зависит от успешной коммерческой деятельности.

Объектом исследования является предприятие ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

Предмет исследования – логистическая деятельность анализируемого предприятия.

Основной целью представленной работы является разработка рекомендаций по улучшению финансовых результатов деятельности предприятия на основе логистики.

Основные задачи, поставленные в работе, следующие:

- рассмотреть теоретические аспекты логистической деятельности предприятия;
- провести анализ финансовых результатов деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»;
- разработать мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» на основе логистики.

Структура работы включает введение, три раздела основной части, заключение, список используемой литературы.

## Содержание

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты логистической деятельности предприятия.....	6
1.1 Сущность, функции и задачи логистической деятельности предприятия .....	6
1.2 Методы оценки финансовых результатов деятельности предприятия..	10
2 Анализ финансовых результатов деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».....	16
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия .....	16
2.2 Анализ логистической деятельности предприятия.....	24
3 Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» на основе логистики.....	32
3.1 Пути повышения финансовых результатов на основе совершенствования логистической деятельности предприятия.....	32
3.2 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий.....	38
Заключение .....	42
Список используемой литературы .....	44

## Введение

Логистическая деятельность в коммерции является одной из важнейших сфер деятельности, в которой пересекаются интересы многих отраслей, предприятий и населения.

«Коммерческая деятельность предприятия – финишный комплекс во всей деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителя. Собственно, именно здесь потребитель либо признаёт, либо не признаёт все усилия фирмы полезными и нужными для себя и, соответственно, покупает или не покупает ее продукцию и услуги.

В условиях экономического кризиса важное значение имеет совершенствование организации логистическо-коммерческой деятельности, внедрение научно-технических достижений и современных технологий, выбор наиболее эффективных из них» [4].

Актуальность работы обусловлена тем, что организация и управление логистическо-коммерческой деятельностью предприятия являются одним из наиболее важных элементов системы взаимодействия фирмы и потребителя как субъектов экономических отношений. На любом предприятии (в том числе и производственном) конкурентоспособность всей организации зависит от успешной коммерческой деятельности.

Объектом исследования является предприятие ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

Предмет исследования – логистическая деятельность анализируемого предприятия.

Основной целью представленной работы является разработка рекомендаций по улучшению финансовых результатов деятельности предприятия на основе логистики.

Основные задачи, поставленные в работе, следующие:

- рассмотреть теоретические аспекты логистической деятельности предприятия;

- провести анализ финансовых результатов деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»;
- разработать мероприятия по улучшению финансовых результатов деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» на основе логистики.

Исследованию общих проблем теории и практики управления в сфере логистической деятельности производственных предприятий посвящены научные труды известных отечественных ученых И.А. Бланка, Т.П. Данько, В.К. Памбухчиянц, Д.Л. Щура, Л.В. Трухановича, Е.В. Попова, М.С. Абрютина, Л.П. Дашкова, В.Ф. Егорова, Е.А. Голикова, О.А. Семина, Ф.П. Половцевой и др. В работах указанных авторов даны базовые понятия и определения логистической деятельности.

Информационной базой при выполнении работы являются нормативно – законодательная документация, учредительные документы анализируемого торгового предприятия (устав, должностные инструкции, Правила внутреннего распорядка и т.д.), учебная и деловая литература, интернет – ресурсы, финансовая, управленческая и оперативная отчетность ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

Структура работы включает введение, три раздела основной части, заключение, список используемой литературы.

# **1 Теоретические аспекты логистической деятельности предприятия**

## **1.1 Сущность, функции и задачи логистической деятельности предприятия**

«Понятие «логистика» имеет богатую историю. Пришло оно из Древней Греции, где означало «мышление, расчет, целесообразность». От греков этот термин перешел к римлянам, которые понимали его как «распределение продуктов питания». В Византии логистику считали способом организации снабжения армии и управления ею. Это наука и практика планирования, организации, управления и контроля движения материальных и связанных с ними информационных и финансовых потоков в пространстве и времени от их первичного источника и до конечного потребителя. Иными словами, логистика – это в первую очередь наука и практика управления материалопотоком» [1], [2], [12].

«Логистическая система – это система доведения материального потока до потребителя. Ее цель – доставка продукции в заданное место в определенное время в нужном количестве и ассортименте при минимальном (возможно, заданном) уровне издержек. Под логистической цепью следует понимать доведение материального потока от одной логистической системы до другой. Логистика рассматривает проблему управления экономической деятельностью как единое целое, однако вследствие различного физического характера управляемых материальных и нематериальных потоков выделяют следующие функциональные разделы или области логистического управления: закупочная логистика; логистика запасов; логистика производственных процессов; транспортная логистика; логистика складирования; сбытовая (распределительная) логистика; информационная логистика; финансовая логистика; логистика сервисного обслуживания» [7].

«В целом логистическое управление отвечает на следующие вопросы:

что именно и в каком объеме следует изготавливать собственными силами, а что закупать у поставщиков и подрядчиков; где и как разместить заказы и спланировать складскую сеть; как осуществлять выбор оборудования; как осуществлять планирование; как осуществлять выбор структуры и реализацию внутренней транспортной системы и управлять ее функционированием; как осуществлять диспетчеризацию и производственный контроль; как создать эффективную систему складирования; как осуществлять учет и управление запасами готовой продукции; как повысить качество продукции и ее конкурентоспособность; как создать эффективные информационные потоки и документооборот; как и за счет чего можно снизить себестоимость продукции; как осуществлять ценовую политику; как осуществлять сервисное обслуживание и др. [3]

На уровне организации бизнеса выделяют базисные, ключевые и поддерживающие логистические функции. К базисным логистическим функциям относятся: закупка; производство; распределение; сервис. В качестве ключевых логистических функций обычно выделяют: соблюдение стандартов; управление закупками; транспортировку; управление запасами; управление процедурами заказов; управление производственными процедурами; ценообразование; физическое распределение. К поддерживающим логистическим функциям принято относить: складирование; грузопереработку; защитную упаковку; обеспечение запасными частями и сервисное обслуживание; сбор возвратных отходов; информационно-компьютерную поддержку; управление финансовыми потоками» [6], [10].

«К логистическим операциям обычно относят: погрузку; разгрузку; затаривание; экспедирование грузов; хранение грузов; приемку и отпуск товаров со склада; перегрузку; сортировку и комплектацию; консолидацию грузов; разукрупнение грузов; сбор, хранение, передачу информации о грузах (товарах); расчеты с поставщиками и покупателями; страхование грузов; передачу прав собственности на товар; таможенное оформление.

Благодаря следующим факторам достигается экономический эффект от использования логистического подхода к управлению материальными потоками в сферах производства и обращения:

- сокращения времени прохождения товаров по логистической цепи;
- снижения запасов на всем пути движения материального потока;
- сокращения расходов на операциях по переработке грузов; -
- уменьшения расходов на транспортировку» [21].

Опыт развитых государств и прогрессивных компаний говорит о том, что логистике принадлежит стратегически важное значение в современном мире коммерции. На логистические затраты в конечной цене товара в развитых странах приходится в среднем 20—30%, время на хранение и транспортировку продукции часто составляет более 90% времени цикла от приема заказа до его доставки потребителю, тогда как собственно на производственные операции приходится менее 10% цикла. Бурное развитие торговли, процессы глобализации, охватившие мировое хозяйство, ведут к увеличению расходов в сфере обращения и, следовательно, возрастанию роли логистики. В сфере производства практически не осталось резервов сокращения расходов, поэтому сейчас в конкурентной борьбе выигрывают те компании, которые сумели сократить издержки в инфраструктурной сфере, используя преимущества эффективно организованного логистического менеджмента [23, с. 187].

Важными принципами, на которых основана эффективная деятельность логистических систем современных коммерческих предприятий, являются:

- «системный подход, при таком подходе все элементы логистической системы рассматриваются как взаимосвязанные и взаимодействующие, направленные на достижение единой цели управления, улучшается функционирование не отдельных элементов, а всей системы в целом;
- принцип совокупных затрат предполагает учёт всех издержек

- управления потоками. Для оптимизации логистической системы применяется критерий минимума общих логистических издержек;
- координация и интеграция. Все звенья должны действовать согласованно для достижения общей цели;
  - моделирование и информационно - компьютерная поддержка. При оптимизации перемещения потоков необходимо использовать различные математические методы, информационные технологии и компьютеры;
  - всеобщее управление качеством позволяет обеспечить надежность функционирования и высокое качество работы каждого элемента логистической системы;
  - гуманизация — соответствие экологическим, эргономическим, социальным и этическим нормам;
  - устойчивость и адаптивность. При допустимых отклонениях параметров и факторов внешней среды логистическая система должна быть устойчивой, а при больших отклонениях — адаптироваться к новым условиям» [21, с. 38].

Сегодня логисты разного уровня иерархии управления предприятием занимаются проблемами, связанными с применением современных логистических концепций, технологий и методов, принятием оптимальных управленческих решений в функциональных областях логистики организации, выбором информационных систем и программных продуктов, поддерживающих логистику, моделированием логистических бизнес-процессов и другими важными вопросами логистического менеджмента предприятия.

«Внедрение современных технологий логистического управления в коммерцию позволяет предприятиям значительно сократить товарные запасы, ускорить оборачиваемость капитала, снизить себестоимость продукции и операционные издержки, обеспечить наиболее полное удовлетворение потребителей качественным логистическим сервисом» [39, с.

86].

Подход к организации логистической деятельности на предприятии, применение тех или иных логистических технологий и методов для оптимизации затрат всех видов ресурсов определяются логистической стратегией компании.

## **1.2 Методы оценки финансовых результатов деятельности предприятия**

«На любом предприятии логистическая деятельность непосредственно влияет и на его экономические результаты, и на социальную эффективность производства в целом. Экономическая и социальная эффективность производства находятся в тесной взаимосвязи» [28], [35].

«В странах с развитой рыночной экономикой доля сбытовых коммерческих операций промышленных фирм постоянно растет. Промышленные фирмы, создавшие у себя хорошо отлаженный сбытовой аппарат, обладают большим преимуществом в конкурентной борьбе. Многие предприятия имеют, и собственные каналы сбыта, примером которых являются фирменные магазины, распределительные центры, а для нефтеперерабатывающих заводов - собственные автозаправочные станции.

Сбыту товаров, изготовленных на промышленном предприятии, должны предшествовать маркетинговые исследования, предполагающие изучение рынка, разработку товара, его цены, планирование ассортимента, каналов продвижения товаров на рынок и методов стимулирования сбыта. Ориентация коммерческой деятельности по сбыту товаров на концепцию маркетинга внесла значительные изменения в организацию сбыта. Производитель товаров должен быть не только поставщиком, он обязан постоянно проводить анализ эффективности сбытовой деятельности, разрабатывать и внедрять новые формы сбыта» [25, с. 34].

Важнейшими сбытовыми функциями являются: установление

коммерческих взаимоотношений с покупателями, завершающихся заключением договоров купли-продажи; разработка сбытовой программы; составление графиков поставки продукции и отгрузка ее покупателям; ведение расчетов за проданную продукцию; контроль за расчетами с покупателями и платежеспособностью последних. Те промышленные предприятия, которые имеют в собственности фирменные магазины, выполняют, кроме рассмотренных функций, коммерческую работу по розничной продаже товаров и используют специфические методы розничной продажи.

«Сбыт готовой продукции - только один аспект коммерческой деятельности промышленного предприятия. Другим аспектом является материально-техническое обеспечение, которое в условиях рынка представляет собой закупку материально-технических ресурсов. Правомерность его отнесения к коммерческой деятельности обусловлена и тем, что сбыт продукции и материально-техническое обеспечение - две фазы товарного обращения. В последние годы при переходе к рыночным отношениям содержание материального обеспечения предприятий существенно изменилось: вместо так называемой "реализации выделенных фондов", являющейся составной частью централизованного распределения материальных ресурсов, предприятия свободно закупают их у поставщиков и других субъектов товарного рынка. В этих условиях при закупке материальных ресурсов предприятия должны руководствоваться свободой ценообразования, максимальной инициативой и предприимчивостью, равноправием партнеров в коммерческих взаимоотношениях, принимать во внимание экономическую ответственность при закупке сырья и материалов, учитывать конкуренцию среди поставщиков и уметь выбрать экономически выгодного поставщика» [26, с. 27].

«Главной целью каждой коммерческой организации является получение прибыли. В конечном итоге, осуществление любых коммерческих операций должно привести к получению фирмой положительного финансового результата. Таким образом, коммерческая деятельность тесно связана с

конечными результатами работы производственного предприятия – чем эффективнее коммерческая деятельность, тем лучше конечные результаты, и наоборот. Поэтому необходимо не только непрерывно вести коммерческую работу по установлению хозяйственных связей, оптовым закупкам, формированию ассортимента, управлению товарными запасами, оптовой продаже товаров, стимулированию продаж, но и постоянно проводить оценку ее эффективности. Это позволит своевременно выявлять "слабые места" и разрабатывать мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности фирмы и повышать ее эффективность» [10], [13], [14], [16].

«Чтобы оценить эффективность коммерческой деятельности производственного предприятия, необходимо произвести оценку эффективности каждого направления коммерческой работы.

В настоящее время не существует единой системы показателей, по которым можно наиболее полно провести оценку эффективности коммерческой деятельности производственного предприятия. Исходя из сущности и содержания коммерческой деятельности, целесообразно проводить оценку ее эффективности, основываясь на оценке эффективности каждого из ее элементов. Оценив эффективность коммерческой деятельности по каждому из направлений, можно сделать вывод о том, насколько эффективна коммерческая деятельность производственного предприятия в целом.

Экономическую эффективность коммерческой деятельности следует оценивать по экономическим результатам, характеризующим работу предприятия в целом: реализация, издержки, прибыль, цены» [8], [11].

Эффективность управления производством оценивается прежде всего с позиции качества торгового обслуживания и рентабельности предприятий. Составляющие эффективности управления во многом зависят от организации коммерческой деятельности и ее результатов, так как при осуществлении коммерческих операций формируются товарооборот, доходы предприятия, ассортимент товаров, проверяется их качество.

Финансовые результаты деятельности предприятия оцениваются с

помощью абсолютных и относительных показателей. К абсолютным показателям относятся: прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг); прибыль (убыток) от прочей реализации; доходы и расходы от внереализационных операций; балансовая (валовая) прибыль; чистая прибыль.

«В качестве относительных показателей используют различные соотношения прибыли и затрат. Эту группу показателей называют также показателями рентабельности» [29].

«Выручка от реализации - общий финансовый результат от реализации продукции. Согласно российским нормативным документам, он включает в себя: выручку от реализации готовой продукции, полуфабрикатов собственного производства; работ и услуг; строительных, научно-исследовательских работ; товаров, приобретенных для последующей продажи; услуг по перевозке грузов и пассажиров на предприятиях транспорта и т.д.

Разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) без налога на добавленную стоимость и акцизов и затратами на производство реализованной продукции (работ, услуг) называется валовой прибылью от реализации» [30], [32].

«Общий финансовый результат (прибыль, убыток) на отчетную дату, который называют также балансовой прибылью, получают путем расчета общей суммы всех прибылей и всех убытков от основной и неосновной деятельности предприятия. В балансовую прибыль включают: прибыль (убыток) от реализации продукции, работ, услуг; прибыль (убыток) от реализации товаров; прибыль (убыток) от реализации материальных оборотных средств и других активов; прибыль (убыток) от реализации и прочего выбытия основных средств; доходы и потери от валютных курсовых разниц; доходы от ценных бумаг и других долгосрочных финансовых вложений, включая вложения в имущество других предприятий; расходы и потери, связанные с финансовыми операциями; внереализационные доходы (потери)» [31], [36].

«Балансовая прибыль за минусом налогов (обязательных платежей) называется чистой прибылью. Чтобы прогнозировать значения прибыли,

управлять ею, необходимо проводить объективный системный анализ ее формирования, распределения и использования. Такой анализ важен как для внутренних, так и для внешних партнерских групп, поскольку рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, увеличивает размеры доходов учредителей и собственников, характеризует финансовое состояние предприятия. Для характеристики экономической эффективности торгового предприятия необходимо знать не только абсолютную величину прибыли, но и ее уровень. Уровень прибыли характеризует рентабельность торговых организаций. Наиболее распространенный показатель рентабельности торговли - отношение суммы прибыли к товарообороту» [34], [37].

«Основным показателем при анализе закупочной деятельности является объем закупок. Поэтому для оценки эффективности деятельности производственного предприятия в данном направлении, в первую очередь, необходимо проанализировать динамику общего объема закупок и его структуры. Структура объема закупок должна быть представлена как в разрезе товарного ассортимента, так и по каждому из поставщиков» [5], [17].

«Закупка материальных ресурсов, также как и сбыт готовой продукции, должна базироваться на маркетинговых исследованиях. При закупках материальных ресурсов предприятие должно изучать рынок сырья и материалов, движение цен на этом рынке, поставщиков, расходы на доставку материальных ресурсов, возможности эффективных замен одних материалов на другие.

В направлении формирования ассортимента необходимо изучить спрос покупателей, их желание и готовность приобретать товары» [22], [38].

«Определить наиболее ходовые позиции в ассортименте производимой продукции можно путем анализа объемов продаж в денежном и натуральном выражении. Другой, более эффективный показатель – частота заказов данного товара, т.е. процент заказов, где этот товар присутствует. Для более точного анализа следует выделить наиболее крупных покупателей, провести анализ их заказов на предмет выявления наиболее ходовых позиций. Именно их

потребности в наибольшей степени должны влиять на производимый ассортимент продукции» [15], [18].

Оценка конкурентных качеств выпускаемой продукции проводится посредством SWOT анализа, в ходе которого выявляются сильные и слабые стороны продукции, а также угрозы и возможности ее улучшения [9], [19].

Эффективность деятельности производственного предприятия зависит не только от размера валового дохода предприятия, но и от его структуры: рост суммы валового дохода должен быть вызван более высоким темпом роста прибыли по сравнению с темпом роста издержек. Поэтому производственное предприятие должно постоянно вести работу по оптимизации и снижению доли затрат, связанных с производством и реализацией товаров.

«Разработка и применение тех или иных мер по повышению эффективности коммерческой деятельности определяется конкретными условиями (внутренними и внешними), в которых действует предприятие. Как в мире не существует двух одинаковых людей, так и нет двух предприятий, которые могли бы пойти по одному пути, повышая эффективность своей деятельности. Изучение теоретических аспектов коммерческой деятельности производственного предприятия и оценки его эффективности лишь дает специалистам в этой области определенную базу понятий, приемов и методов для осуществления ими практической деятельности» [24], [40].

Таким образом, чтобы предприятие успешно функционировало, необходимо проводить глубокий анализ его коммерческой деятельности в зависимости от постоянно меняющейся рыночной среды. Это позволит сделать предприятие устойчиво прибыльным и конкурентоспособным, обеспечить его развитие, предвидеть будущее.

## **2 Анализ финансовых результатов деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»**

### **2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия**

Общество с ограниченной ответственностью «ПОЛИПЛАСТГРУПП», ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» прошло государственную регистрацию 18 апреля 2019 года. Единственным учредителем и единоличным исполнительным органом общества является Макаров Никифор Владимирович. До принятия решения об учреждении организации ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» деятельность велась от лица индивидуального предпринимателя Макарова Н.В.

Юридический адрес и фактическое местоположение ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» совпадает, и находится по адресу: 300013, Тульская область, город Тула, улица Болдина, дом 1 корпус 1, помещение 224.

Целью деятельности любой коммерческой организации является извлечение выгоды. ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» занимается комплексным снабжением строительных и монтажных организаций, а также розничных клиентов. Организация имеет эксклюзивные условия для реализации продукции ряда производителей.

В работе используются большой перечень современных технологий, начиная от сайта с элементами искусственного интеллекта, заканчивая автоматическим отслеживанием движения грузовых автомобилей.

Задача организации: задать новый уровень обслуживания на лучших условиях.

Ассортимент компании «ПОЛИПЛАСТГРУПП» состоит из следующих категорий: наружные коммуникации, внутренние коммуникации. В 1 категорию входят следующие товары: ПНД трубы и фитинги для водоснабжения, ПНД трубы для газоснабжения, ПВХ трубы, а также

комплектующие предназначенные для обсадки артезианских скважин, ПНД трубы для обсадки артезианских скважин. Во вторую категорию входят: полипропиленовые трубы для водоснабжения и отопления.

Коммерческая деятельность предприятия связана с осуществлением различного рода операций, а значит, требует от персонала знаний и умений различной направленности.

Для каждой должности руководителем компании устанавливаются и утверждаются должностные инструкции, которые содержат в себе ряд должностных обязанностей каждого сотрудника. Помимо этого, каждый сотрудник ознакомлен с законами об охране труда и правилами пожарной безопасности на предприятии.

Оценка эффективности деятельности предприятия и эффективности работы сотрудников проходит с помощью анализа КРІ-показателей. В ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»— это:

- ЮПТ — количество покупок в чеке;
- конверсия — показатель, демонстрирующий какой процент посетителей магазина являются реальными покупателями, то есть сколько людей из общего количества вошедших совершили покупку;
- план магазина на месяц — выражается в количестве денежного оборота конкретного магазина в месяц.

Организационная структура ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» представлена на рисунке 1.

Основными задачами управленческого состава являются: изучение спроса, изучение возможности сбыта нового товара, принятие мер по увеличению оборачиваемости товара, снижение товарных потерь, прием и отгрузка товара, заполнение документов и прием корреспонденции, исполнение распоряжений руководства и др.

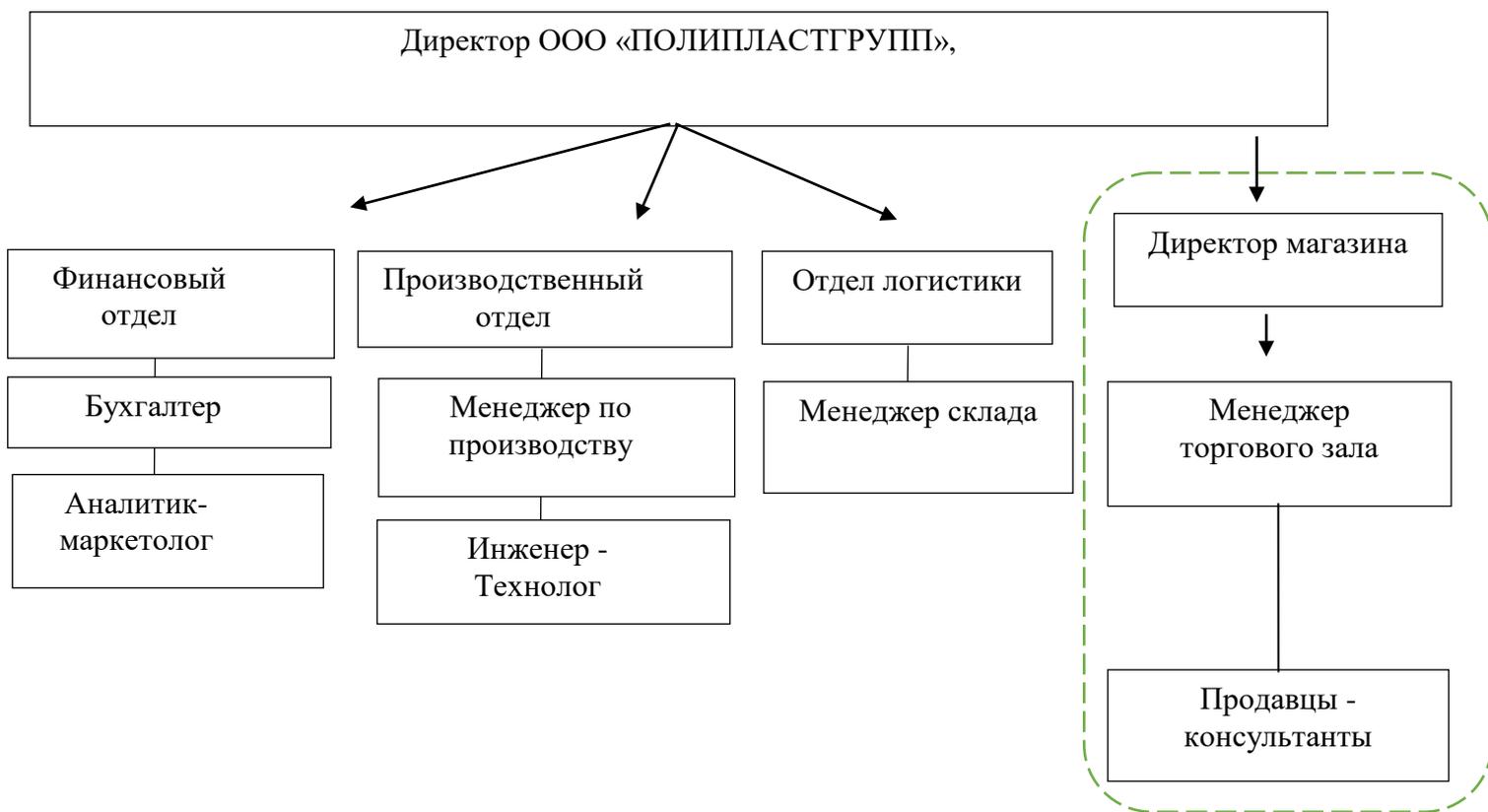


Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

Данная структура является рациональной, основную массу персонала занимают те, от кого напрямую зависит товарооборот и торгово-технологический процесс, то есть администрация и обслуживающий персонал.

Основные финансовые результаты деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» в 2019-2021 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные финансовые результаты деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение (+,-)		Темп роста, %	
				2021/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2019	2021/ 2020
Выручка от продаж, тыс. руб.	121713	134963	142639	20926	12563	117,2	105,7
Себестоимость продаж, тыс. руб.	98339	112934	116133	17794	3199	118,1	114,1
Себестоимость к выручке, в %	80,8	83,7	81,4	0,6	-2,3	100,8	97,3
Прибыль от продаж, тыс. руб.	23374	22029	26506	3132	4477	113,4	120,3
Прибыль от продаж к выручке, в %	19,2	16,3	18,6	-0,6	2,3	96,8	113,8
Прибыль до налогообложения тыс. руб.	577	22	1394	817	1372	241,6	6336,4
Прибыль до налогообложения к выручке, в %	0,5	0,0	1,0	0,5	1,0	206,2	5995,4
Чистая прибыль, тыс. руб.	462	17,6	1115,2	653,2	1097,6	241,4	6336,4
Чистая прибыль к выручке, в %	0,4	0,0	0,8	0,4	0,8	206,0	5995,4
Среднесписочная численность персонала, чел.	4	5	5	1	0	125,0	100,0
Фонд заработной платы, тыс. руб.	1392	1740	1740	348	0	127,5	100,0
Производительность труда, тыс. руб.	3203,0	3374,1	3317,2	114,2	-56,9	103,6	98,3
Рентабельность продаж, %	2,47	0,1	5,26	2,79	5,25	213	5260
Рентабельность деятельности, %	2,53	0,1	5,55	3,02	5,45	219,4	5550

По данные таблицы 1, можно сделать вывод, что за период с 2019 по 2021 гг. произошло повышение выручки на 17,2% или на 20 926 тыс. руб. При этом рост себестоимости продаж увеличилась на 17 794 тыс. руб. или 18,1%. Указанная динамика показателей привела к росту прибыли от продаж на 141,6%, чистой прибыли - на 141,4%.

Численность персонала за период 2019-2021 гг. увеличилась на 1 человека. Это привело к увеличению фонда заработной платы на 348 тыс. руб. или 14,5%.

Отмечен рост показателей рентабельности: рентабельность продаж увеличилась на 196%, а рентабельность деятельности на 204,7%.

Таким образом, анализ технико-экономических показателей выявил рост большинства из них, что говорит о повышении эффективности деятельности предприятия.

Проведем анализ затрат ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП». В первую очередь, проведем расчет динамики изменения величины затрат предприятия за 2019 - 2021 гг. (таблица 2).

Таблица 2 - Общая величина затрат ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»

Наименование	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное изменение		Темп прироста, %	
				2021 /2019	2021/ 2020	2021 / 2019	2021/ 2020
Материальные затраты, всего:	55856,6	62339,6	64453,8	8597,3	2114,2	15,4	3,4
в том числе							
- сырье и материалы для производства	52945,6	58869,6	60745,8	7800,3	1876,2	14,7	3,2
- электроэнергия	789,0	805,0	810,0	21,0	5,0	2,7	0,6
- вспомогательные материалы	2122,0	2665,0	2898,0	776,0	233,0	36,6	8,7
Затраты на оплату труда	28715,0	34783,7	35304,4	6589,4	520,8	22,9	1,5

Продолжение таблицы 2

Наименование	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное изменение		Темп прироста, %	
				2021 /2019	2021/ 2020	2021 / 2019	2021/ 2020
Отчисления на социальные нужды	7572,1	9147,7	9290,6	1718,5	143,0	22,7	1,6
Амортизация	2360,1	2484,5	2206,5	-153,6	-278,0	-6,5	-11,2
Логистические издержки	3844,5	4202,7	4913,8	1069,3	711,1	27,8	16,9
Итого	98339	112934	116133	17794,0	3199,0	18,1	2,8

Данные таблицы 2 указывают на увеличение величины затрат за анализируемый период на 17794 тыс. руб. или на 18,1%. Наибольший прирост отмечен по статье «Материальные затраты» - на 8 597,3 тыс. руб. или на 15,4%. Значительным оказался рост и по статье «Затраты на оплату труда» - на 6589,4 тыс. руб. Отмечен рост статьи «Логистические издержки» на 1069,3 тыс. руб. В то же время по статье «Амортизация» снижение на 76 тыс. руб.

Далее проведем анализ структуры затрат ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» по основным элементам (таблица 3).

Таблица 3 - Анализ структуры затрат ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» по основным элементам, %

Наименование	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение	
				2021 /2019	2021/ 2020
Материальные затраты	56,8	55,2	55,5	-1,3	0,3
Затраты на оплату труда	29,2	30,8	30,4	1,2	-0,4
Отчисления на социальные нужды	7,7	8,1	8	0,3	-0,1
Амортизация	2,4	2,2	1,9	-0,5	-0,3
Логистические издержки	3,9	3,7	4,2	0,3	0,5
Итого	100	100	100	0	0

Данные таблицы 3 показали следующее. В анализируемом периоде наибольшую долю затрат в структуре себестоимости имеет статья «Материальные затраты» (удельный вес в 2021 г – 55,5%).

Значительную долю в структуре затрат имеют также затраты на оплату труда (в 2021 году – 30,4%).

За анализируемый период в структуре затрат возросла доля логистических издержек на 0,3%, затрат на оплату труда (на 1,2%), а также отчислений на социальные нужды (на 0,3%).

Таким образом, проведенный анализ выявил положительные тенденции изменения финансовых результатов ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» от осуществления торговой деятельности.

Исходя из анализа предприятия ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» был проведен SWOT-анализ. Рассмотрена внутренняя и внешняя среда предприятия. Для удобства результаты анализа внутренней и внешней среды были сведены в таблицу 4.

Таблица 4 – Результаты анализа внутренней и внешней среды предприятия ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»

SWOT - анализ	<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– наличие возможности заказов по интернет (или доставка по телефону);</li> <li>– наличие программ лояльности для постоянных покупателей.</li> </ul>	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рост арендной платы;</li> <li>– появление более сильного конкурента, либо усиление позиций уже имеющихся конкурентов;</li> <li>– увеличение затрат на хранение товара из-за низкой оборачиваемости продукции.</li> </ul>
---------------	--	--

Продолжение таблицы 4

<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– хорошая репутация предприятия;</li> <li>– конкурентное время обслуживания покупателей на кассовом узле;</li> <li>– конкурентный уровень цен;</li> <li>– наличие крупной производственной базы.</li> </ul>	<p>Как воспользоваться возможностями:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– стимулирование сбыта путем уценки товара;</li> <li>– поддержание конкурентоспособности и обеспечение стабильного уровня заказов за счёт формирования имиджа.</li> </ul>	<p>За счет чего можно снизить угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создание базы альтернативных поставщиков;</li> <li>– усиление позиций на рынке путем удержания удовлетворительного уровня цены/качества;</li> <li>– своевременный ответ на действия конкурентов.</li> </ul>
<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– слабое продвижение товара;</li> <li>– слабый уровень работы с ассортиментом;</li> <li>– Дефицит ликвидной продукции, высокие товарные запасы;</li> <li>– высокие логистические издержки.</li> </ul>	<p>Как воспользоваться возможностями:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведение крупной рекламной кампании;</li> <li>– организация распродаж товарных запасов, имеющих низкую товарооборачиваемость и ликвидация излишков;</li> <li>– оптимизация транспортных средств и маршрутов доставки.</li> </ul>	<p>За счет чего можно снизить угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– налаживание функций маркетинга;</li> <li>– повышение конкурентоспособности; магазина за счет сегментирования рынка и совершенствования ассортимента;</li> <li>– поиск и отслеживание способов снижения стоимости аренды, стоимости затрат на хранение товара, на ведение бухгалтерии, на персонал и прочие организационные расходы;</li> <li>– снижение издержек за счёт развития логистических бизнес – процессов.</li> </ul>

На основании SWOT – анализа можно сделать вывод, что слабыми сторонами являются: несвоевременное обновление ассортимента и как следствие потеря конкурентоспособности, а также увеличение затрат на хранение товара и появление более сильного конкурента. Указанные угрозы связаны с увеличивающейся долей логистического сервиса, а также усилением конкурентной борьбы в отрасли и попыткой занять в ней лидирующие позиции.

Проведенный SWOT - анализ позволяет сделать вывод, что предприятие работает на достаточно перспективном и устойчивом рынке.

Как преимущество, стоит отметить высокое качество продукции и быструю доставку товаров от поставщика к потребителю.

## 2.2 Анализ логистической деятельности предприятия

На втором этапе анализа деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» рассмотрим один из его сегментов, а именно В2С продажи товаров.

В ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» В2С процесс заключается в продаже товара высокого качества и разнообразного ассортимента конечному потребителю. Работы по продаже одежды ведутся через оффлайн-магазин и интернет-сайт.

Проведем анализ показателей, характеризующих объемы продажи самых ликвидных товаров ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» за 2019 – 2021 гг.

В таблице 5 проведен анализ динамики объёмов продажи самых ликвидных товаров ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

Таблица 5 - Анализ динамики объёмов продажи ликвидных товаров ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»

Показатели	2019 год	2020 год	2021 год	Отклонение (2021/2019)	
				абс.	отн., %
<b>ПНД трубы и фитинги для водоснабжения</b>					
в натуральном выражении, ед.	78	81	85	7	9,0
в стоимостном выражении, тыс. руб.	5 665	6 598	6678	1 013	17,9
<b>ПНД трубы для газоснабжения</b>					
в натуральном выражении, ед.	155	165	185	30	19,4
в стоимостном выражении, тыс. руб.	32669	35447	40114	7 445	22,8
<b>ПВХ трубы</b>					
в натуральном выражении, ед.	88	95	96	8	9,1
в стоимостном выражении, тыс. руб.	69 091	76 033	78 596	9 505	13,8

Продолжение таблицы 5

Показатели	2019 год	2020 год	2021 год	Отклонение (2021/2019)	
				абс.	отн., %
ПНД трубы для обсадки артезианских скважин					
в натуральном выражении, ед.	54	55	50	-4	-7,4
в стоимостном выражении, тыс. руб.	14 288	16 885	17 251	2 963	20,7
Полипропиленовые трубы для водоснабжения и отопления					
в натуральном выражении, тонн	375	396	416	41	10,9
в стоимостном выражении, тыс. руб.	121 713	134 963	142 639	20 926	17,2

Данные таблицы 5 показывают, что общий объем продаж в натуральном выражении увеличился с 375 единиц в 2019 г. до 416 единиц в 2021 году. При этом отмечен рост объемов продаж на 10,9%: продажа ПНД труб и фитингов для водоснабжения – на 9,0%, продажа ПНД труб для газоснабжения – на 19,4%, продажа ПВХ труб – на 9,1%, продажа ПНД трубы для обсадки артезианских скважин – на 10,9%. Объем продаж ПНД трубы для обсадки артезианских скважин снизился на 7,4%.

В денежном выражении объем продаж ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» увеличился на 17,2%. При этом отмечен рост по всем категориям товаров.

В процессе осуществления коммерческой деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» осуществляет процессы складирования.

«При поступлении товар размещается на складе и сортируется по видам товара. Работники склада пересчитывают товар и заносят его в базу данных. После поступления заявки на отгрузку работники склада собирают заказ исходя из указанных наименований. Работник склада проверяет собранный заказ и отмечает каждое наименование товара в базе данных. Далее собранный заказ ожидает покупателя. Если покупателю требуется доставка, то товар погружается и доставляется по указанному адресу.

Такая система складирования имеет ряд существенных недостатков. Во-первых, нет распределения размещения ходового товара и сезонного. Это

осложняет поиск нужных наименований, а также приводит к ошибкам в выборе нужного товара. Во-вторых, товар пересчитывается и вносится в базу данных вручную – это отнимает большое количество времени и приводит к ошибкам в подсчете, в базу данных могут внести одно и то же наименование дважды или не внести вообще. В-третьих, существует риск, что после сбора заказа одним работником склада, кладовщик не сразу отмечает его в базе данных, поэтому второй работник склада может собрать этот же заказ повторно, что приводит к количественным несоответствиям товара наименований товара в базе данных и фактического количества товара» [20].

Проведем анализ сбытовой логистики ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

На рисунке 2 приведена схема бизнес-процесса сбыта исследуемого предприятия.

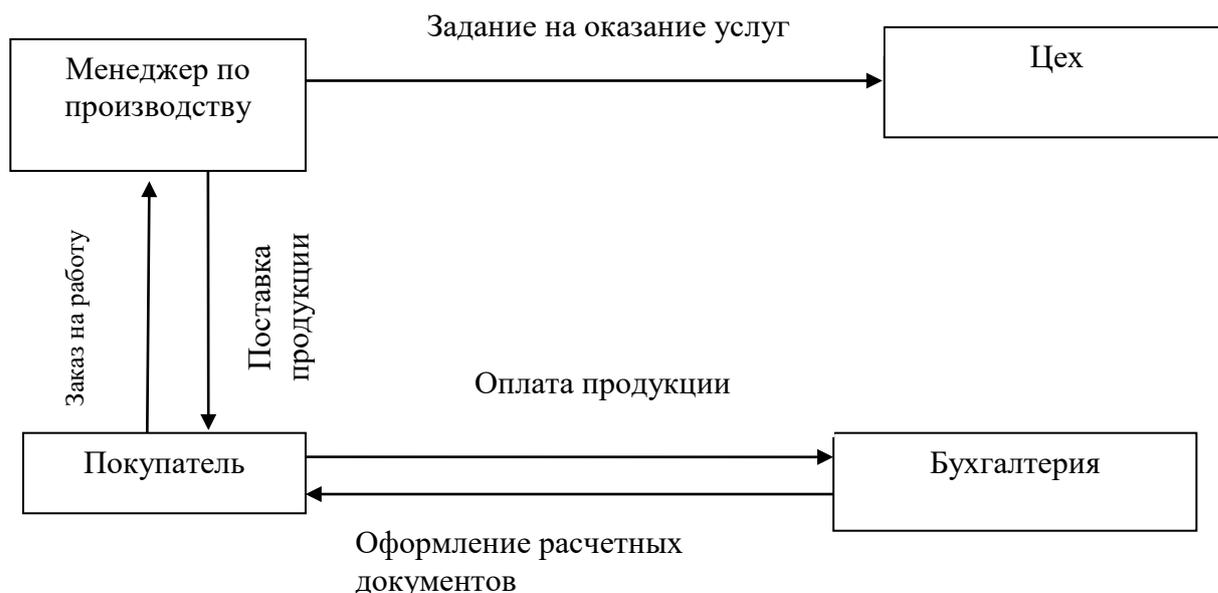


Рисунок 2 – Организация сбыта собственной линейки товаров ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»

Организация сбыта собственной линейки товаров в ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» включает ряд этапов:

- на первом этапе клиент обращается в компанию с заказом на определенный вид ПВХ труб;
- производится предоплата покупателем;

- производственный отдел выдает производственным участкам (цехам) задание на производство продукции согласно заказу (по виду продукции, объему заказу и прочим параметрам);
- после производства продукции и проведения расчетов осуществляется поставка продукции покупателю.

На рисунке 3 показана схема организации сбыта товаров ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» от сторонних поставщиков, которая включает ряд этапов:

- на первом этапе клиент приходит в магазин или делает заказ через Интернет - магазин и выбирает определенный вид ПВХ труб;
- производится оплата покупателем;
- продавец – консультант смотрит наличие товара в базе, если его нет, то он подаёт задание на отгрузку на склад, и товар поставляется, если товар есть в наличии, то продавец – консультант выдает товар согласно заказу покупателя.



Рисунок 3 – Организация сбыта товаров от сторонних поставщиков ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»

Такая организация сбыта товаров очень сильно влияет на конкурентоспособность предприятия и позволяет сократить издержки в цепочке поставок, тем самым снизить себестоимость товара.

Усовершенствовав стратегические процессы управления цепями поставок и превратив их в мощные активы, предприятие получит сильное конкурентное преимущество.

Существующая система сбыта ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» имеет ряд недостатков:

- на предприятии практически не применяются мероприятия по стимулированию сбыта;
- отмечено снижение темпов прироста объемов сбыта продукции.

В таблице 6 приведен анализ показателей логистической деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

Таблица 6 - Показатели логистической деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»

Показатели	2019 год	2020 год	2021 год	Отклонение (2021/2019)	
				абс.	отн., %
Количество разгрузок/погрузок на одного работника, ед.	361	374	378	17	4,7
Количество заказов на одного работника, ед.	98	114	121	23	23,5
Доля логистических расходов в структуре общих расходов, %	3,9	3,7	4,2	0,3	8,2
Надежность поставок, %	65,4	66,5	68,1	2,7	4,1

Данные таблицы 6 отражают рост эффективности логистической деятельности исследуемой организации. Это выражается в следующих тенденциях:

- за анализируемый период увеличилось количество разгрузок/погрузок в расчете на одного работника на 4,7%. Темп прироста количества заказов в расчете на одного работника составил 23,5%. Данные тенденции отражают повышение интенсивности логистических процессов на данном предприятии;
- на предприятии наблюдается повышение скорости оборота логистических активов и запасов, что говорит о повышении эффективности логистической системы предприятия;
- показатель надежности, отражающий отношение количества выполненных специальных заказов к общему количеству специальных заказов, увеличился на 4,1%».

Далее проведем анализ логистических издержек ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» за 2019 – 2021 гг. Динамика затрат приведена в таблице 7.

Таблица 7 – Затраты на осуществление логистической деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» тыс. руб.

Статья затрат	2019	2020	2021	Темп изменения, %		
				2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2019
Оплата труда персонала	1098	1134	1209,6	103,3	106,7	110,2
Отчисления в социальные фонды	329,4	340,2	362,88	103,3	106,7	110,2
Услуги транспортных организаций	899,1	1125,3	1666,6	125,2	148,1	185,4
Материальные затраты	122,4	145,5	151,2	118,9	103,9	123,5
Арендная плата	1069,9	1124,4	1157,4	105,1	102,9	108,2
Амортизационные отчисления	124,6	122,7	121,4	98,5	98,9	97,4
Прочие затраты	201,1	210,6	244,7	104,7	116,2	121,7
Всего	3844,5	4202,7	4913,78	109,3	116,9	127,8

Данные таблицы 7 указывают на рост затрат предприятия на осуществление логистической деятельности за анализируемый период на 27,8% по сравнению с уровнем 2019 г. и на 16,9% - по сравнению с уровнем 2020 г.

Наиболее высокими темпами увеличились расходы на оплату услуг транспортных организаций – на 85,4%. В то же время величина амортизации оборудования, используемого в логистической деятельности, снизилась на 2,6%.

На рисунке 4 приведена структура затрат предприятия на осуществление логистической деятельности (по данным за 2021 год).



Рисунок 4 - Структура затрат на осуществление логистической деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» (по данным за 2021 год), %

Согласно данным, на рисунке 4, наибольшую долю в структуре логистических затрат организации составляют расходы на оплату услуг транспортных организаций, удельный вес которых в 2021 году составил 33,9% всех затрат на осуществление логистической деятельности

предприятия. Значительную долю составляют также затраты на оплату труда работников (24,6%).

Таким образом, результаты исследования логистической деятельности на предприятии ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» показали следующее:

- анализ технико-экономических показателей выявил рост финансовых результатов, таких как выручка от продаж на 17,2% (по сравнению с 2019 г.), прибыль от продаж на 13,4% (по сравнению с 2019 г.), фонд заработной платы вырос на 14,5% (по сравнению с 2019 г.), что говорит о повышении эффективности деятельности предприятия;
- анализ функциональных областей логистической системы в ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» определил ряд проблем, главной из которых является неэффективное осуществление логистического управления сбытом продукции, что в свою очередь ведёт к снижению темпов прироста продаж.

К недостаткам логистической деятельности следует также отнести более высокие темп роста доли расходов на оплату услуг транспортных организаций и оплату труда персонала.

### 3 Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» на основе логистики

#### 3.1 Пути повышения финансовых результатов на основе совершенствования логистической деятельности предприятия

Проведенный выше анализ выявил ряд проблем логистического управления ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП». Существующие проблемы логистической деятельности данного предприятия и пути их решения отражены на рисунке 5.

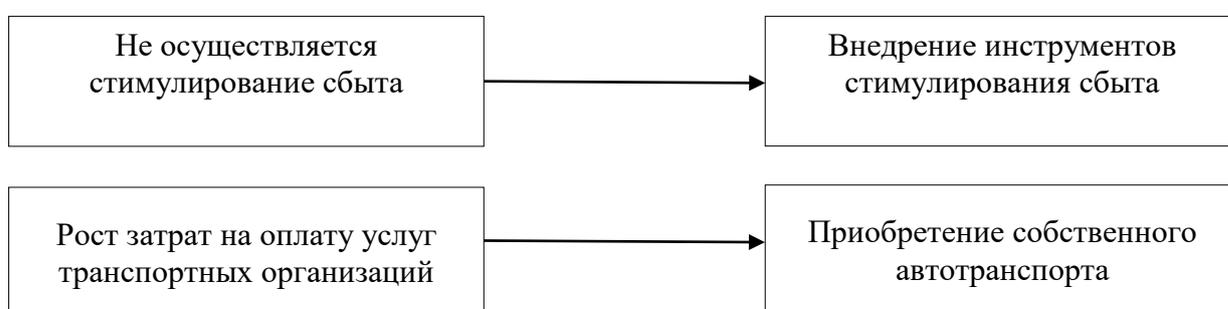


Рисунок 5 –Проблемы логистической деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» и пути их решения

Стимулирование сбыта. Как показал проведенный ранее анализ, основной проблемой логистической управления в ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» является недостаточно эффективное логистическое управление сбытом продукции.

Для повышения эффективности сбыта продукции исследуемому предприятию предлагается осуществить ряд мероприятий, которые позволят увеличить долю клиентов компании, а именно:

- использование рекламы в социальных сетях;
- разработка рекламных листовок с привлекающим оффером.

ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» в качестве рекламного средства практически не использует рекламу в социальных сетях. Такая реклама имеет ряд преимуществ:

- «быстрая и простая коммуникация;
- улучшение узнаваемости бренда;
- продвижение контента;
- управление репутацией;
- прямая и непрямая генерация лидов;
- нетворкинг и партнерство;
- улучшение видимости в поисковых системах;
- увеличение трафика на сайте;
- влияние на потенциальных клиентов;
- брендинг;
- отслеживание конкурентов;
- контент от пользователей и краудсорсинг идей» [27].

Реклама ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» должна совмещать в себе формирование благоприятного образа фирмы и информирование потенциальных клиентов об особенностях выпускаемой продукции ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

Рекламное сообщение должно быть, как в виде проката видеоролика, так и в виде постов с выгодными предложениями. Создание видеоролика будет способствовать как формированию благоприятного образа фирмы и имиджа продукта, так и информированию потенциальных клиентов об услугах компании.

Виды и стоимость изготовления рекламы ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» приведены ниже (таблица 8).

Таблица 8 - Виды и стоимость изготовления рекламы

Название	Характеристика	Стоимость
Ролик 3-й категории	Ролик на основе 10-15 слайдов (фотографий) или видеосъемки, с использованием сложных монтажных приемов. По договоренности возможно привлечение актеров	Изготовление (до 30 сек.) – от 7 500 руб.  Видеосъемка, актеры, реквизиты, транспорт – дополнительная оплата
Ролик 2-й категории	Ролик с применением сложного компоунга (совмещение видео и графики), с использованием видео- и аудио спецэффектов.	Изготовление (до 30 сек.) – от 12 000 руб.  Видеосъемка, актеры, реквизиты, транспорт – дополнительная оплата
Ролик 1-й категории (и изготовление отдельных элементов)	Ролик на основе или с применением анимации, трехмерной графики	Изготовление ( 5 сек.) – от 7 000 руб.
Сценарий	Написание оригинального сценария (2-3 варианта) постановочного, игрового, мультипликационного видеоролика. Предоставление необходимых раскадровок, эскизов.	Изготовление – от 4000 руб.
Логотип динамичный	Движущееся анимированное изображение, занимающее до 7% площади экрана. Длительность -15 сек.	Изготовление – от 8000 руб.
Логотип статичный	Недвижимое изображение, занимающее до 7% площади экрана. Длительность -15 сек.	Изготовление – от 8000 руб.

Рассмотрим дополнительные затраты при изготовлении рекламных роликов ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» (таблица 9).

Таблица 9 - Дополнительные затраты при изготовлении рекламных роликов ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»

Наименование статьи затрат	Стоимость с учетом налогов
Видеосъемка	(до 1 часа) – 3 000 руб.
Создание фонограммы	от 700 руб.

Продолжение таблицы 9

1	2
Заказ дикторского голоса	600 руб.
Создание оригинальной авторской фонограммы	от 3 500 руб.
Адаптация к размещению в эфире материалов, предоставленных заказчиком	Монтаж на основе ролика (хронометраж исходного ролика не более 1 мин) – 4 000 руб. Оцифровка видео(1 час) – 800 руб.
Замена титров	600 руб.
Копирование готового материала на носитель заказчика	ВМВ – 400 руб.

Проведем расчет рекламного бюджета на осуществление данной рекламной кампании (таблица 10).

Таблица 10 - Расчет рекламного бюджета ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» на размещение рекламных роликов в социальных сетях

Статьи затрат	Ед. изм.	Цена единицы, руб.	Длительность, мес	Количество выходов	Сумма, руб.
Размещение рекламных роликов Вконтакте	1 сек.	350	2	25 сек. в день, 7 дней	61250
Размещение статичного логотипа	размещений в день	175	2	7 выходов	36750
Затраты на изготовление рекламы					98000

Таким образом, рекламный бюджет при осуществлении проекта размещения рекламы в социальных сетях 2022 году составит 98000 руб.

Следующим этапом, направленным на повышении эффективности рекламной политики ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП», является осуществление рекламы с помощью информационных листовок с привлекающим внимание оффером.

Стоимость листовки формата А5 в различных полиграфических компаниях составляет от 55 до 240 руб. Планируемое количество рекламных

листочков составляет 1200 шт., следовательно, стоимость изготовления рекламных листовок на 2022 год составит:

$$55 * 1200 = 66 \text{ тыс. руб.}$$

Проведем расчет ориентировочных затрат на осуществление рекламы с помощью рекламных листовок (таблица 11).

Таблица 11 - Ориентировочные затраты на осуществление рекламы с помощью рекламных листовок

Статья затрат	Величина затрат, тыс. руб.	
	в месяц	за год
Печать листовок	33,0	66,0
Оплата труда распространителей	15,0	30,0
Итого	48,0	96,0

Таким образом, годовые затраты на осуществление рекламы данного вида составит 96 тыс. руб.

Приобретение собственного автотранспорта. Анализ логистической деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» выявил существенный рост расходов на оплату услуг транспортных организаций. Кроме того, данная статья занимает наибольшую долю в структуре логистических издержек предприятия.

Для улучшения данной проблемы предлагается приобрести собственный автотранспорт.

Предлагается приобрести две единицы автотранспорта:

- грузовой автомобиль Hyundai Mighty (фургон);
- грузовой автомобиль Isuzu ELF (фургон).

В таблице 12 приведены основные характеристики предлагаемого автотранспорта.

Таблица 12 - Основные характеристики предлагаемого к приобретению автотранспорта

Наименование	HyundaiMighty	Isuzu ELF
Грузоподъемность, кг	1400	845
Расход топлива, л/100 км	13,2	12,5
Цена, тыс. руб.	1280	990
Заработная плата водителя - экспедитора, руб.	40 000	45 000

Для увеличения парка машин необходимы капиталовложения, которые представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Затраты на приобретение собственного автотранспорта ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП»

Наименования приобретений/затрат	Величина затрат, тыс. руб.
HyundaiMighty	1280,0
Isuzu ELF	990,0
Предэксплуатационные затраты (ТехОсмор, КАСКО, ОСАГО)	75,0
Затраты на переоформление документации и техническое обслуживание	10,0
Заработная плата водителя - экспедитора, руб.	85,0
Итого	2470,0

Согласно данным таблицы 13, величина капитальных затрат ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» на приобретение автотранспорта составит 2470 тыс. руб. Реализация мероприятия предполагается с помощью собственных средств предприятия.

### 3.2 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий

Проведем расчет экономической эффективности мероприятия по стимулированию сбыта ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП». Ниже приведен расчет затрат на рекламу ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» в 2022 году (таблица 14).

Таблица 14 - Затраты на рекламу ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» в 2022 году

Наименование предприятия	Затраты на рекламу, тыс. руб.				
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Итого за год
Реклама в социальных сетях	0	105	118	148	371
Рекламные листовки	0	0	104	120	224
Всего	0	105	222	268	595

Таким образом, общая величина затрат на рекламу у исследуемого предприятия в 2022 году составит 595 тыс. руб.

В результате осуществления предложенных мероприятий должен увеличиться объем реализации продукции предприятия.

Проведем расчет увеличение объема оказанных услуг под воздействием рекламы. Среднесуточная выручка от продаж по данным отчетности компании в 2021 году составила 390,8 тыс. руб., количество дней учета объема оказанных услуг примем равным 365 дням, относительный прирост – 20%. Тогда дополнительный объем оказанных услуг составит:

$$(390,8*365*20)/100=28528,4 \text{ тыс. руб.}$$

Следовательно, за период активного рекламирования в течение анализируемого периода дополнительный объем реализации продукции составит 28528,4 тыс. руб.

Как было указано выше, затраты на рекламные мероприятия в 2022 году составят 595 тыс. руб.

Экономический эффект мероприятий по совершенствованию рекламной кампании определим, как разницу между выручкой, полученной от дополнительного объема оказанных услуг, вызванного рекламными мероприятиями, и расходами на рекламу:

$$\text{Э} = 28528,4 - 595 = 27934,4 \text{ тыс. руб.}$$

Проведем расчет эффективности мероприятия по приобретению собственного автотранспорта. Для этого проведем расчет текущих затрат на функционирование собственного автотранспорта (таблица 15).

Таблица 15 – Текущие затраты на функционирование собственного автотранспорта

Наименование показателя	Сумма за год, тыс. руб.
Оплата труда водителей (2 чел.)	1020,0
Отчисления в социальные внебюджетные фонды	180,0
Затраты на ГСМ	170,0
Затраты на текущее обслуживание и ремонт	75,0
Всего	1445,0

Текущие затраты предприятия от функционирования собственного автотранспорта составят 1445 тыс. руб.

Экономический эффект данного мероприятия заключается в разнице между существующими расходами на оплату услуг транспортных организаций и предполагаемыми текущими затратами от функционирования собственного автотранспорта:

$$\text{Э} = 1666,6 - 1445,0 = 221,6 \text{ тыс. руб.}$$

Срок окупаемости данного мероприятия составит

$$\text{Сок} = 1750 : 221,6 = 7,9 \text{ года.}$$

Реализация предложенных мероприятий приведет к ряду важных для ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» итогов:

- товара будет лучше реализовываться за счет стимулирования сбыта;
- доставка товара будет производиться без задержек.

Таким образом, это приведет к повышению качества обслуживания клиентов, их удовлетворенности и лояльности.

Ниже приведен расчет изменения финансовых результатов предприятия (таблица 16).

Таблица 16 - План финансовых результатов ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» в связи с осуществлением мероприятий, тыс. руб.

Наименование показателей	Величина показателя		Изменение	
	2021	2022	абсолютное	в %
Выручка	142639	171167,4	28528	20,0
Себестоимость продаж	116133	26043,8	26950,0	23,2
Прибыль от продаж	26506	28084,4	1578,4	6,0
Чистая прибыль	1115,2	2377,9	1262,7	113,2

Следовательно, в результате осуществления мероприятий по совершенствованию логистического управления у ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» существенно возрастут показатели, характеризующие финансовые результаты деятельности – прибыль от реализации продукции и чистая прибыль.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий приведет к росту финансовых результатов исследуемого предприятия. Это выражается в росте выручки на 28528 тыс. руб., прибыли от продаж – на 1578,4 тыс. руб., чистой прибыли – на 1262,7 тыс. руб.

На рисунке 6 приведен результат реализации предложенных мероприятий, выражающийся в росте чистой прибыли ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

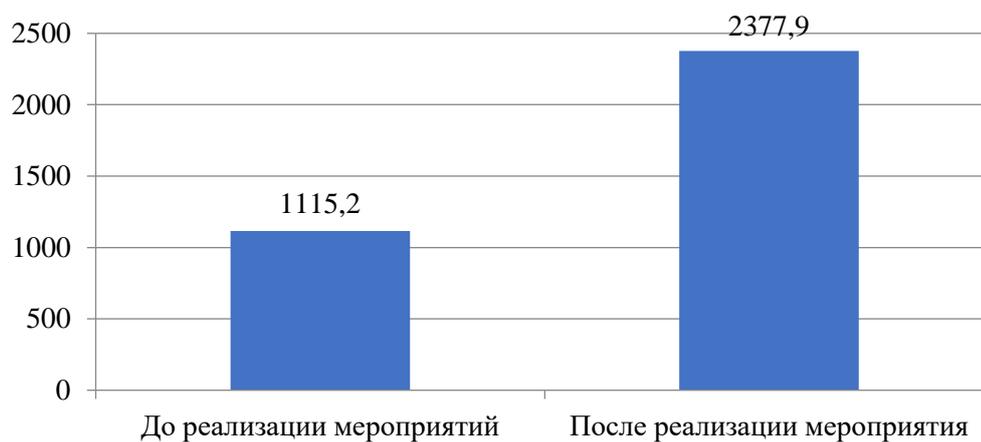


Рисунок 6 - Рост чистой прибыли ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» в связи с реализацией мероприятий, тыс. руб.

Таким образом, в случае реализации мероприятий ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» по совершенствованию логистической деятельности совокупная прибыль увеличится на 1262,7 тыс. руб., что в итоге скажется на повышении конкурентоспособности компании на рынке.

## Заключение

В данном исследовании разработаны рекомендации по улучшению финансовых результатов деятельности предприятия ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» на основе логистики.

В первом разделе раскрыты теоретические основы логистической деятельности предприятия. По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- «суть логистики выражается в объединенных процессах обеспечения взаимодействия каждого этапа управленческого процесса и его участников;

- анализ логистических систем – это процедуры исследования, выработки, обоснования и принятия решений в процессе проектирования логистической системы предприятия;

- эффективность логистической деятельности – это показатель (или система показателей), характеризующий уровень качества функционирования логистической системы при заданном уровне общих логистических затрат» [33].

Во втором разделе проведен анализ финансовых результатов предприятия ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» и его логистической деятельности.

Анализ финансовых результатов выявил рост основных экономических показателей, таких как выручка от продаж на 17,2% (по сравнению с 2019 г.), прибыль от продаж на 13,4% (по сравнению с 2019 г.), фонд заработной платы вырос на 14,5% (по сравнению с 2019 г.), что говорит о повышении эффективности деятельности предприятия.

Анализ функциональных областей логистической системы в ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» определил ряд проблем, главной из которых является неэффективное осуществление логистического управления сбытом продукции, что в свою очередь ведёт к снижению темпов прироста продаж.

Существующая система сбыта ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» имеет ряд недостатков:

- на предприятии практически не применяются мероприятия по стимулированию сбыта;
- отмечено снижение темпов прироста объемов сбыта продукции.

В связи с этим предлагается реализовать мероприятия по совершенствованию сбыта продукции ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП».

Первым этапом в рамках данной рекомендации является совершенствование рекламной деятельности предприятия. В рамках данного мероприятия необходимо реализовать следующие рекомендации:

- организовать проведение рекламы в социальных сетях;
- организовать распространение рекламных листовок с привлекающим внимание оффером.

Анализ логистической деятельности ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» выявил существенный рост расходов на оплату услуг транспортных организаций, в связи с этим предлагается реализовать мероприятие по приобретению собственного автотранспорта.

С целью улучшения логистических показателей предлагается приобрести собственный автотранспорт. Это позволит существенно снизить расходы предприятия на транспортное обслуживание.

Предлагается приобрести две единицы автотранспорта:

- грузовой автомобиль Hyundai Mighty (фургон);
- грузовой автомобиль Isuzu ELF (фургон).

Внедрение мероприятий по повышению уровня эффективности управления логистической системой ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» позволит существенно снизить уровень издержек, повысить качество обслуживания клиентов и привлекательность бренда, что в целом обеспечит компании более устойчивое положение на рынке.

## Список используемой литературы

1. Бауэрсокс, Д.Дж. Управление логистикой [Текст] / Д.Дж.Бауэрсокс. - М.: ЗАО «ОЛИМП-БИЗНЕС», 2020. – 410 с.
2. Борнин А.И., Шевень Л.Н. Логистика как способ повышения конкурентоспособности отечественных предприятий // Студенческие научные исследования. - 2019 - №4. – С.33-39.
3. Бухгалтерская отчётность ООО «ПОЛИПЛАСТГРУПП» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/accounting?ogrn=1176658059676>
4. Гаджинский, А.М. Логистика [Текст]: учебник для вузов / А.М. Гаджинский. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Дашков и К, 2019. – 431 с.
5. Джонсон, С. Дж. Современная логистика [Текст] / С.Дж.Джонсон. - М.: ИД «Вильяме», 2021. – 322 с.
6. Дроздов, П.А. Основы логистики [Текст]: учеб.пособие / П.А. Дроздов. – М.: Изд-во Гревцова, 2021. – 357 с.
7. Королёв Л.И. – Современные технологии менеджмента [Текст]: учебник, ВО – Бакалавр, изд-во: «Магистр», 2022. – 640 с.
8. Костоглодов, Д.Д. Распределительная логистика [Текст] / Д.Д.Костоглодов. - Ростов-на-Дону: Изд-во «Омега», 2019. – 334 с.
9. Лёвкин Г.Г. – Логистика: теория и практика, – Ростов н/Д : Феникс 2021 г. – 220 с.
10. Литвина Д.Б. Эффективность управления издержками в строительном производстве на основе применения инновационной логистики // Инженерный вестник Дона. - 2021. - №4. – С.40-43.
11. Литвина Д.Б., Тамбовцев С.Н., Шумейко М.В. Логистические издержки. - Ростов-на-Дону: РГСУ, 2021 - 163 с.
12. Макаренко, М.В. Производственная логистика [Текст]: Учеб.пособие / М.В.Макаренко. - М.: ИНФРА-М, 2020. – 288 с.

13. Маликов, О.Б. Деловая логистика [Текст]: Учебник / О.Б. Маликов. – М.: Изд-во Политехника, 2020 - 223 с.
14. Миротин, Л.Б. Логистика интегрированных цепочек поставок [Текст]: учебник / Л.Б. Миротин. – М.: Экзамен, 2022. – 256 с.
15. Митуневич В.В., Шевень Л.Н. Учет экологических аспектов в логистической деятельности // Студенческие научные исследования 2021. - №2. – С.27-33.
16. Моисеев А.В. Модель логистической структуры // Логистика. - 2019. - №10. – С.54 – 59.
17. Моисеева, Н. К. Экономические основы логистики [Текст]: учебник для вузов / Н.К. Моисеева. М.: Инфра-М, 2022. – 528 с.
18. Мясникова, Л.А. Материальная логистика [Текст] / Л.А.Мясникова // Риск.- 2022. - № 2. - С.19-22.
19. Налоговый кодекс российской федерации: федер. закон от 31.07.1998г. № 146-ФЗ. М.: Норма-Инфра, 2020г.
20. Неруш, Ю.М. Коммерческая логистика [Текст]: Учебник для вузов / Ю.М.Неруш. - М.: КРОКУС, 2020. – 554 с.
21. Николайчук, В.Е. Логистический менеджмент [Текст]: учебник / В.Е. Николайчук. – М.: Дашков и К, 2021. – 980 с.
22. Новиков, О.А. Логистика [Текст]: Учеб.пособие / О.А.Новиков. - СПб.: Питер, 2021.- 410 с.
23. Разгуляев, В.Н. Взаимодействие маркетинга, закупок и логистики / В.Н. Разгуляев // Консультант. 2020. N 13. С. 33 - 37.
24. Решетник М., Шумаев В. Оценка издержек и эффективности функционирования логистической системы предприятия // РИСК: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. Аналитический журнал. – 2021. - №1. - С.31-34.
25. Савенкова, Т.И. Логистика [Текст]: учеб.пособие / Т.И. Савенкова.- М.: Омега-Л, 2019.- 255 с.

26. Сантикова А.В. Оценка эффективности функционирования логистической системы с помощью управления рисками // Логистика. - 2019 - №12. – С.21 – 26.
27. Смахов, А.А. Эффективная логистическая система [Текст] / А.А.Смахов // Риск. – 2018. – №3.- С.13-18.
28. СтокДж.Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой: Пер. с 4-го англ. Изд. М.: ИНФРА-М, 2019.- 797 с.
29. Тяпухин А.Н. Системный подход к управлению потоками ресурсов // Логистика. - 2021. - №7. – С.50- 53.
30. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / Уотерс Д. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. - 503 с.
31. Усенкова, Г.В. Управление закупками, логистика снабжения / Г.В,Усенкова // Управление собственностью: теория и практика. 2022. N 2. С. 7 - 12.
32. Хан Р.С. Логистика ресурсобеспечения системы муниципального здравоохранения. - Ростов-на-Дону: РГСУ, 2021. - 92 с.
33. Хан Р.С. Сервис как маркетингово-логистическая категория // Инженерный вестник Дона. – 2021. - №3. – С.40-45.
34. Шевень Л.Н. Логистические решения по повышению конкурентных стратегий предприятия // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2019. - №12. – С.115-118.
35. Шеховцов Р.В. Сервисная логистика. - Ростов-на-Дону: Изд-во АПСН СКНЦ ВШ, 2018. - 240 с.
36. Эльяшевич И.П. Варианты группировки и оптимизации затрат при определении потребности в предметах снабжения [Текст] / И.П.Эльяшевич // Логистика сегодня. – 2019. - № 4 – С. 252-259.
37. Annual Conference Program / Glossary Oakbrook, IL. : Council of Logistics Management, 2021. P. 28 [Electronic resource]. URL: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4615-2085-6\\_13](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4615-2085-6_13)

38. Incoterms 2020 - ICC – International Chamber of Commerce [Electronic resource]. URL: <https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/incoterms-2020/>

39. Supply Chain Logistics Terms and Glossary // Council of Supply Chain Management Professionals, 2022. P. 97. [Electronic resource]. URL: <https://www.cspmp.com>

40. LOGISTIC STRATEGY AND ITS ROLE IN ENTERPRISE ACTIVITIES A. Nagilenko, student, gr. MG-141-o, M. Vakhovskaya, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Institute of Economics and Management, Simferopol – 2018, [Electronic resource]. URL: <http://kafmen.ru/library/conference/2018/>