

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)

Производственный менеджмент

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Разработка мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции
(на примере ООО «MARK FORMELL IT»)

Обучающийся

Д.О. Классен

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент О.М. Сярдова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2022

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнил: Д.О.Классен

Тема работы: «Разработка мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»)

Научный руководитель: Сярдова О.М.

Цель исследования — разработка мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»).

Объект исследования — ООО «MARK FORMELLE IT».

Предмет исследования — сочетание теоретических и практических вопросов, связанных с разработкой мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции предприятия (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»).

Методы исследования — факторный анализ, синтез, прогнозирование, статистическая обработка результатов, дедукция и т.д.

Краткие выводы по бакалаврской работе:

В первой главе бакалаврской работы рассматриваются теоретические аспекты формирования затрат на выпуск продукции.

Во второй главе бакалаврской работы проведен анализ затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»).

В третьей главе бакалаврской работы были проведен технологический процесс снижения затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»).

Практическая значимость работы заключается в том, что разработанные мероприятия по снижению затрат на выпуск продукции в ООО «MARK FORMELLE IT», могут быть применены при реализации в каждом предприятии.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка литературы из 29 источников и 7 приложений. Общий объем работы, без приложений, 50 страниц машинописного текста, в том числе таблиц – 7, рисунков – 4.

Оглавление

| | |
|---|----|
| Введение..... | 5 |
| Глава 1 Теоретические аспекты формирования затрат на выпуск продукции . | 9 |
| 1.1 Основные этапы теоретической разработки затрат на выпуск продукции | 9 |
| 1.2 Пути снижения затрат на предприятии..... | 12 |
| Глава 2 Анализ затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT» | 18 |
| 2.1 Краткая характеристика деятельности ООО «MARK FORMELLE IT» и перспективы его развития с учетом отраслевых особенностей | 18 |
| 2.2 Анализ процесса формирования затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT» | 32 |
| Глава 3 Пути совершенствования снижения затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT» | 36 |
| 3.1 Технологический процесс снижения затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT» | 36 |
| 3.2 Оценка эффективности мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT»..... | 41 |
| Заключение | 44 |
| Список используемой литературы | 46 |
| Приложение А Классификация затрат | 49 |
| Приложение Б Бухгалтерский баланс ООО «MARK FORMELLE IT» за 2021 год..... | 50 |
| Приложение В Отчет о финансовых результатах предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» за 2020 — 2021 гг | 52 |
| Приложение Г Затраты ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 гг ... | 54 |

| | |
|--|----|
| Приложение Д Структура затрат ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 гг | 55 |
| Приложение Е SWOT — анализ ООО «MARK FORMELLE IT» | 56 |
| Приложение Ж Мероприятия по снижению себестоимости готовых изделий предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» | 57 |

Введение

На сегодняшний день все предприятия каждой страны в условиях высокоразвитой конкурентной среды, преследуют цель реализовать собственный товар по рентабельной цене, которая даст возможность предприятию приумножить свой доход от его деятельности, и одновременно с этим сделать минимальными затраты на выпуск и реализацию продукции.

Независимо от размеров выпускаемой продукции на предприятии, приумножение его доходной части осуществляется несколькими способами, которые делятся на увеличение объемов продаж и эффективную деятельность предприятия на рынке с помощью правильно организованной, а также скорректированной деятельности производства, снижения затрат на выпуск продукции, а также профессиональной деятельности в его управлении.

Снижение затрат на любом предприятии является логичным процессом в условиях нестабильной экономики. Грамотное снижение затрат и перераспределение ресурсов предприятия прямо пропорционально влияют на увеличение выручки и доходов.

На данном этапе развития экономики, когда она является не стабильной для успешного и полного функционирования предприятия, снижение затрат на выпуск продукции его деятельности, является самым разумным процессом. Правильный и грамотный подход к снижению затрат на выпуск продукции, а также ее перераспределение, оказывают большое влияние на рост доходной части предприятия.

Сегодня, когда развитие экономики находится не в столь хорошем и благоприятном уровне, среди предприятий действует жесткая рыночная конкуренция, которая создает препятствия для снижения затрат на выпуск продукции и является актуальным вопросом. И правильные решения данных препятствий в будущем времени, которые непосредственно будут приняты представителями предприятий, помогут им выйти на рынок и занять

лидирующие позиции в своей отрасли, а также стать обладателями сильного экономического потенциала.

Актуальность темы бакалаврской работы содержится в том, что снижение затрат на выпуск продукции, эффективным образом оказывают положительное влияние на технические возможности предприятия и получения финансовой прибыли.

Таким образом, чтобы предприятие стабильно и эффективно развивалось в условиях конкурирующего рынка и не оказалось в лице банкротов, менеджерам предприятий приходится находить наилучшие решения для использования материальных ресурсов и грамотно подходить к программе по снижению затрат на выпускаемую продукцию предприятия.

Особый взгляд и интерес на тему снижения затрат на выпуск продукции проявили такие европейские ученые, как Джеффри Лайкер и Ясухиро Монден, которые разработали концептуальный метод бережливого производства, оказывающего влияния на спрос продукции и каждого его потребителя. Следовательно, сейчас вопросы по снижению затрат на выпуск продукции на предприятии имеют особую актуальность среди предпринимателей.

Целью бакалаврской работы является проанализировать затраты на выпуск продукции производственно — торгового предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» и разработать мероприятия по их снижению. В соответствии с поставленной целью в бакалаврской работе предполагается решить следующие задачи:

- рассмотреть основные этапы теоретической разработки затрат на выпуск продукции;
- рассмотреть пути снижения затрат на предприятии;
- дать краткую характеристику производственно — торгового предприятию ООО «MARK FORMELLE IT»;
- проанализировать процесс формирования затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»);

- разработать и проанализировать технологический процесс снижения затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»);
- провести оценку эффективности мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»).

Объектом изучения бакалаврской работы является производственно — торговое предприятие ООО «MARK FORMELLE IT».

Предметом изучения бакалаврской работы является сочетание теоретических и практических вопросов, которые непосредственно связаны с разработкой мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»).

Методы исследования, применяемые, для достижения поставленной в работе цели являются системный подход, который базируется на работах отечественных ученых, таких как: Абчук В.А. [1], Айдаркина Е.Е. [2], Андреева Т.А. [3], Абдукаримов И.Т. [4], которые подробно описывали проблемы управления производственными затратами на выпускаемую продукцию и принятию решений по их снижению.

Помимо системного подхода для написания бакалаврской работы использовались расчетный и аналитический метод, экономико — статистический метод.

Информативной базой бакалаврской работы послужил отчет предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019—2021 годы, а также научная и учебная литература отечественных и зарубежных авторов по данной теме, взяты материалы с интернет — сайта предприятия.

Практическая значимость работы состоит в том, что результаты, полученные в ходе рассмотрения и разработанные мероприятия по снижению затрат на выпуск продукции, могут быть применены при реализации в каждом предприятии, и для его стабильного развития являются экономически эффективными.

Краткое содержание бакалаврской работы. Выпускная бакалаврская работа на тему: «Разработка мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT») состоит из введения, трех глав, которые в свою очередь состоят из двух вопросов, заключения, списка использованной литературы, приложений.

В первой главе бакалаврской работы рассматриваются теоретические аспекты формирования затрат на выпуск продукции, дается подробное описание основных этапов теоретической разработки затрат на выпуск продукции, а также рассмотрены пути снижения затрат на предприятии.

Во второй главе бакалаврской работы была дана краткая характеристика деятельности ООО «MARK FORMELLE IT» и проведен анализ процесса формирования затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT»).

В третьей главе бакалаврской работы были рассмотрены технологический процесс снижения затрат на выпуск продукции (на примере ООО «MARK FORMELLE IT») в виде пяти мероприятий, и дана оценка эффективности предложенных мероприятий в ООО «MARK FORMELLE IT».

В заключение бакалаврской работы, даны выводы по всем главам, которые описаны в содержании.

Глава 1 Теоретические аспекты формирования затрат на выпуск продукции

1.1 Основные этапы теоретической разработки затрат на выпуск продукции

Самыми важными показателями, которые характеризуют всю деятельность каждого предприятия являются затраты на производство, которые оказывают мощное влияние на важнейшие финансовые результаты конкретного предприятия, а также, на его всеобщее финансовое положение и рентабельность предприятия в целом.

Затраты — это величина всех ресурсов, которые используются во всей хозяйственной деятельности за конкретный и определенный период времени. [13]. Определенный уровень затрат формируется во время производственных, финансово—экономических процессов. Благодаря эффективному использованию оптимизации процесса передачи товаров, рабочей силы и финансовых ресурсов зарождаются новейшие возможности для снижения затрат на выпуск продукции конкретного предприятия. По мнению многих отечественных ученых экономистов, понятие «затраты на выпуск продукции» описывают по — разному.

Например, отечественные ученые Быстров О.Ф.[7] описывает понятие «затраты» так, что это финансовые расходы, которые всегда выражаются в денежном эквиваленте и имеют свое предназначение только на разработку выпуска нового вида продукции, его дальнейшего оборота и реализацию предприятием.

Ученые Бурко Р.А., Соколкова В.Д. [8] рассматривают термин «затраты на выпуск продукции», как себестоимость производственных ресурсов предприятия, которые потребляются при выпуске и продаже готовой продукции.

Якупов И.Ф. описывает «затраты на выпуск продукции» следующим образом: затраты, которые выражаются в денежном выражении на определенное время для производства конкретного вида продукции. [24] Теоретик менеджмента Adizes I.K. в своей книге под названием «The ideal leader» [25] при описании «затрат» исходил от наличия бухгалтерского и финансового учета, и считал, что затраты на выпуск определенной продукции предприятием — это расходы выраженные в денежном выражении на различные ресурсы, которые в дальнейшем будут использованы на выпуск нового вида продукции.

Зарубежный экономист Delvs B.F. в своей книге под названием «Managerial genius», дает определение понятию «затраты на выпуск продукции» следующее: это затраты, которые в своей себестоимости выражают стоимостную оценку на выпуск и реализацию определенного вида продукции, к которым относятся: различное сырье, материалы, топливо, энергетика и т.д. [26]

По своему экономическому содержанию определение «затраты» схожи с термином «издержки», однако в простонародной практике применения бухгалтерского учета, чаще всего используется понятие «затраты», а в процессе экономического анализа, применяется словосочетание «издержки».

По своему содержанию «затраты» классифицируются на следующие виды, которые наглядно показаны в приложении А на рисунке А.1. [15] Рассмотрим подробно классификацию этих затрат:

а) по экономическому содержанию:

- 1) материальные затраты — это вид определенных расходов, которые можно отнести к конкретному виду продукции;
- 2) затраты на оплату труда — это специальные отчисления на нужды рабочего персонала предприятия;
- 3) амортизация основных фондов — это распределение себестоимости активов предприятия в течение срока его полезного применения;

- 4) отчисления на социальные нужды — это специальные затраты, которые отходят на оплату различного вида налогов, услуги для рабочего персонала предприятия и на потребительские нужды;
- б) по роли в процессе производства:
- 1) основные затраты относятся к производственным процессам предприятия и имеют тесную связь с изготовлением определенной продукции. К ним относятся траты на различное сырье, электроэнергию, топливо;
 - 2) накладные затраты — это определенный вид затрат, который отходит на обслуживание всего производства, сбыта готовой продукции и управление;
- в) по характеру отнесения на продукцию:
- 1) прямые затраты — это затраты, которые бывают потрачены на изготовление конкретной продукции. К ним относятся: себестоимость сырья, оплата труда рабочего персонала;
 - 2) косвенные затраты — это определенные расходы, которые всегда имеют тесную связь с производством, и которых никак нельзя включить в стоимость изготовленной продукции. К ним относятся аренда помещения, расходы на рекламу, заработная плата всех сотрудников предприятия;
- г) по характеру зависимости от объема выпускаемой продукции:
- 1) постоянные затраты — это вид затрат, которые никогда не зависят количества выпускаемой готовой продукции, затраченных на нее работ и услуг. К ним относятся различные амортизационные отчисления, коммунальные платежи и т.д.;
 - 2) переменные затраты — это затраты, которые всегда меняются независимо от объема товаров производимых конкретным предприятием. К ним можно отнести затраты на сырье, материалы, оплату труда рабочих;

д) в зависимости от периодичности возникновения:

- 1) текущие расходы — это траты, к которым относятся затраты на производство и реализацию определенного вида продукции за отчетный период. К ним относятся расходы различных видов сырья и материалы;
- 2) однократные расходы — это одноразовые расходы на производство и выпуск нового вида продукции.

Все выше перечисленные затраты на выпуск продукции предусматриваются планом счетов бухгалтерского учета Республики Узбекистан, который утвержден Министерством финансов Республики Узбекистан «План единых счетов» стандарта бюджетного учета Республики Узбекистан:

- 0100 учета основных средств;
- 2300 учет вспомогательного производства;
- 2500 учет общепроизводственных расходов;
- 4290 учет общехозяйственных расходов;
- 2700 брак в производстве;
- 3100 учет расходов будущих периодов;
- 8910 учет резервов предстоящих расходов.

1.2 Пути снижения затрат на предприятии

В предпринимательской деятельности всех предприятий имеется такое понятие, как снижение затрат. Снижение затрат на предприятии — это уменьшение расходов, которые снижаются за счет объема спроса на их применения при выпуске определенного вида продукции, при этом не оказывая на реализацию продукции негативного влияния. [14]

Снижение затрат на предприятии является мощным рычагом в повышении эффективности его деятельности. Любое предприятие всегда

преследует цель в увеличении прибыли и в снижении затрат на выпускаемую им продукцию, потому что затраты составляют значительную долю в составе цены продукции. Снижение затрат на продукцию, производимую тем или иным предприятием, всегда обусловлено экономией всех трудовых и материальных ресурсов, которые потребляются в производстве.

Для того, чтобы правильно снизить затраты на выпускаемую предприятием продукцию, нужно в самую первую очередь проанализировать, оценить их эффективность и определить резервы их снижения. Снижение затрат в структуре собственной цены продукции, позволяет предприятию приумножить в собственную прибыль и рентабельность. Чем выше рентабельность продаж выпускаемой продукции, тем эффективнее производство и реализация этой продукции, следовательно, тем выше является конкурентоспособность каждого предприятия.

Одним из наиболее распространенных и бюджетных способов снижения затрат на производстве является полное сохранение ресурсов (трудовых, материальных) конкретного предприятия. Снижение затрат на выпуск продукции и повышение производительности труда осуществляется несколькими способами и преодолеваются несколько путей. Преимущественно актуальными являются следующие способы:

- внедрение механизации и автоматизации производства;
- разработка и внедрение новейших технологий производства;
- смена и усовершенствование устаревших технических машин.

Самый значительный результат по снижению затрат будет достигнут, только тогда, когда на предприятии будет эффективная организация ее производства и труда. Помимо вышеописанных способов снижения затрат на предприятии, имеются следующие факторы экономии, которые также влияют на пути снижения затрат. Рассмотрим их подробнее.

Первый фактор – это усовершенствование технического уровня производства. Данный фактор помогает снизить затраты на выпуск новой

продукции путем внедрения в производство новых и прогрессивных технологий, при этом улучшая весь технический процесс производства, а также применения для создания новой продукции различного вида современного сырья и материалов.

Помимо этого, снижение затрат на предприятии могут совершаться при внедрении в процесс производства компьютерного автоматизирования с новейшим программным обеспечением, которое будет вести контроль за комплексным использованием сырья для продукции.

За счет внедрения в производство продукции на предприятии такого пути снижения затрат, снижаются все затраты, и еще при этом ведется полный контроль за использованием нужного для продукции сырья, и за использованием отходов в производстве.

Второй фактор – это улучшение организации производства и труда на предприятии. Такой фактор снижения затрат оказывает значительное влияние на снижение собственной цены выпускаемой продукции на предприятии, за счет различных изменений в самой организации производства, а также котировок правления самим производством и снижением затрат на его продукцию.

В этом случае, такой путь снижения затрат на предприятии выражается в возможном сокращении расходной части на его управление, экономии заработной платы и различных начислений всему рабочему персоналу.

Третий фактор – это усовершенствование применения основных средств на предприятии. Данный фактор оказывает колоссальное влияние на снижение затрат на предприятии, за счет долговечного использования постоянного оборудования, а также, снижения плановых затрат на нужды предприятия.

Улучшение материального и технического оснащения и применения материальных ресурсов включает снижение затрат при применении для предприятия этого фактора, обусловлено снижением стандартов потребления сырья и различных материалов, а также, уменьшением собственной цены за счет снижения затрат на поставку и хранение оборудования.

Видоизменение строения изготовленной продукции и изменение в объёмах производств минимизирует фиксированные расходы, которые снижают их амортизационную сумму и частично изменяют себестоимость, при этом улучшая качество выпускаемой продукции.

Процесс изменения качества выпускаемой продукции конкретного предприятия является одним из самых значительных факторов, который оказывает существенное влияние на затраты предприятия.

В отраслевом факторе для снижения затрат на производстве имеются важные запасы на изобретение новейших видов выпуска продукции и ее технологий, а также запуска вновь введенных в эксплуатацию предприятий.

Для каждого вышеперечисленного фактора снижения затрат на предприятии нужно рассчитать конечный экономический результат, который будет получен от определенного фактора снижения.

В приложении А на рисунке А.1 представлена классификация затрат.

Снижение затрат на предприятии от конкретного фактора определяется путем сравнения объема затрат на количество продукции до и после внедрения определенного фактора и при этом, их полученная разность умножается на количество продукции в запланированном году. Рассчитывается по формуле:

[12]

$$\mathcal{E} = (CC - CH) \times AN, \quad (1)$$

где: \mathcal{E} — снижение затрат, тыс. сум;

CC — снижение затрат до определения фактора, тыс. сум;

CH — затраты после внедрения фактора, тыс. сум;

AN — количество продукции в запланированном году, м³.

При повторном увеличении объемов выпускаемой продукции предприятием, их величина на единицу сокращается, что приводит к

понижению ее собственной стоимости. Такое снижение рассчитывается по формуле: [16].

$$ЭП = T * ПС \div 100, \quad (2)$$

где: ЭП — снижение постоянных расходов, тыс. сум;

T — темпы роста, которые снижают затраты выпуска продукции по сравнению с базовым годом, %;

ПС — итоговая сумма всех расходов в базовом году, тыс. сум.

Когда дело доходит до снижения амортизации затрат на предприятии, она никогда не является частью собственной цены выпускаемого продукта, но возмещается из иных источников, поэтому общая сумма амортизации всегда уменьшается. Рассчитывается по формуле: [22].

$$ЭА = \left(\frac{А0К}{Д0} - \frac{А1Л}{Д1} \right) \times Д1, \quad (3)$$

где: ЭА — экономия от снижения амортизационных расходов, тыс. сум;

А0, А1 — всеобщая амортизационная сумма за весь год, тыс. сум;

К — коэффициент объема амортизации расходов, относящихся к себестоимости продукции за весь год, тыс. сум;

Д0, Д1 — величина выпущенной продукции на начало и конец года, млн. сум.

Подводя итоги первой главы бакалаврской работы можно сделать выводы. В первой главе рассматривались два вопроса, суть, которых заключалась в теоретических аспектах формирования затрат на выпуск продукции. Затраты на выпуск продукции на предприятии являются неотъемлемой частью системы бухгалтерского учета. Они оказывают влияние на собственную цену выпускаемой продукции, и таким образом во многом

определяют положительный рост конкретного предприятия на рынке. Сущность затрат разнообразна. Её со своей точки зрения рассматривали как отечественные ученые - экономисты, так и европейские.

Обобщая их мнение, можно сказать, что затраты на выпуск продукции выражают ценность всех ресурсов конкретного предприятия, потребляемых при производстве и продаже готовой продукции.

Сегодня, когда на рынке производства продукции среди предприятий идет жесткая конкуренция, то каждое предприятие преследует цели в снижении затрат на выпускаемую продукцию своего предприятия, чтобы остаться экономически эффективными, иметь положительные финансовые показатели и сохранять устойчивое положение на рынке.

В связи с этим, перед каждым представителем предприятия стоит задача, чтобы не стать банкротами, максимально и грамотно подойти к действиям по снижению затрат на выпускаемую предприятием продукцию, улучшить качество своей продукции, стимулировать и поощрять своих сотрудников.

Для выполнения задач менеджерам предприятия нужно применять разнообразные пути снижения затрат на предприятии, которые включают в себя: усовершенствование технического уровня производства, улучшение организации производства и труда на предприятии, усовершенствование применения основных средств на предприятии, улучшение материального и технического оснащения и применения материальных ресурсов, видоизменение строения изготовленной продукции и изменение в объемах производства, значимые отраслевые факторы.

Глава 2 Анализ затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT»

2.1 Краткая характеристика деятельности ООО «MARK FORMELLE IT» и перспективы его развития с учетом отраслевых особенностей

Производственно — торговое предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» реализовывает свою рабочую деятельность на рынке Республики Узбекистан с 7 мая 2018 года. Вначале создания предприятия на территории Узбекистана ООО «MARK FORMELLE IT» осуществляла только торговлю в фирменных магазинах товаров, трикотажных изделий произведенных в республике Беларусь и продажу Беларуской косметики таких известных брендов как Белита, Витэкс, Белор Дизайн. В начале 2021 года в марте месяце предприятие начинает запуск производства, по изготовлению трикотажных изделий. ООО «MARK FORMELLE IT» является производственно — торговым предприятием в отрасли пошива трикотажных изделий (мужская, женская и детская одежда).[21]

Вся сила бренда предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» заключается в его редкости и уникальности. К числу пошива трикотажных изделий бренда «MARK FORMELLE» относится вся одежда для домашнего, повседневного, и спортивного применения со своими особенностями, которые создают для каждого человека модную и удобную атмосферу. История создания ООО «MARK FORMELLE IT» начинается в 2009 году с Белоруссии.

Сфера деятельности предприятия заключалась в пошиве трикотажной одежды. Предприятие постепенно стало разрастаться швейным оборудованием и складами. С самого начала своего образования, предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» было мало кому известно, и его выпуск

продукции заключался только лишь в пошиве платьев, ночных рубашек и халатов.

Для пошива такого вида одежды были взяты на работу местные портнихи, которые выполняли заказы каждый день. Рабочий штат предприятия на тот момент, составлял 25 человек.

Спустя один год в 2010 году своего существования и развития, представителями предприятия ООО «MARK FORMELLE» был открыт первый магазин. Назывался он «Mark Formelle». Пошив одежды носил брендовый знак «MF».

Производство продукции стремительно развивалось, и к 2011 году сеть магазинов бренда «MF» достигло 22 розничные точки. Предприятие стало по-особому подходить к фэшн — индустрии.

В 2012 году торговое предприятие ООО «MARK FORMELLE» расширяет свою деятельность и заключает контракты за пределами Республики Беларусь. Готовую продукцию, предприятие ООО «MARK FORMELLE» реализует по экспорту. И к середине 2015 года, одежда бренда «MF» уже насчитывала 220 розничных точек, которые были расположены на территории Белоруссии, России, Казахстана, и которые, также, были и остаются востребованными среди потребителей.

У представителей предприятия ООО «MARK FORMELLE» начинается работа с известными дизайнерами на пошив одежды. В 2016 году продукция расширяется, и появляются коллекции одежды, под названием: «С любовью из Беларуси», «Red Book MF», «Save the planet».

Бренд одежды «MF» продолжает развиваться в современных инновациях по пошиву новейших видов одежды (бесшовное белье, полиамидные чулки, термобелье и др.).

Производством продукции стали заинтересовываться многие иностранные инвесторы. К середине 2017 года вклад иностранных инвестиций в предприятие, составили 1 миллион долларов. Число партнеров составило 780 компаний. В 2018 году производственно — торговое предприятие ООО

«MARK FORMELLE» вошло в ТОП 5 самых высокоразвитых предприятий, которое насчитывало в себе четырнадцать заводов.

Во второй половине 2018 года представители производственно — торгового предприятия ООО «MARK FORMELLE» заключают контракт на совместную трудовую деятельность по пошиву одежды с Республикой Узбекистан. И открывают сразу же две фабрики по пошиву трикотажных изделий. Предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» рынке Республики Узбекистан по пошиву одежды, занимает ведущее место и пользуется большим спросом среди, как местного, так и иностранного населения. Открываются новые две фабрики с совершенно полным циклом выпуска продукции на территории Республики Узбекистан.

Также оказывает услуги аутсорсинга по крашению полотна. Все оборудование, трикотажное полотно и фурнитура закупает по импорту, а также фирменный товар (трикотаж) под брендом «MF» и Белорусская косметика у бизнес — партнеров. Рабочий штат предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» составляет более 900 человек.

Сеть магазинов на территории Республики Узбекистан с продукцией от бренда «MF» продолжает расширяться (7 магазинов) и пользоваться спросом среди потребителей. Создается интернет - магазин (www.markformell.uz) , который в 2021 году насчитывал более 25 000 онлайн заказов и покупок. В социальных сетях, созданы страницы с презентацией и описью продукции предприятия ООО «MARK FORMELLE IT», на которых зарегистрировано больше 220 000 подписчиков.

Производственно — торговое предприятие ООО «MARK FORMELLE IT», находится по адресу: Узбекистан, город Ташкент 100015, улица Яккасарайский район, ул.Абдулла Каххора, дом 35. Имеет свой личный электронный сайт URL: <http://www.markformelle.uz>.

Находящееся предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» на территории Республики Узбекистан, входит в холдинг компании MARK FORMELLE Республики Беларусь. Начиная с 2019 года производственно — торговое

предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» значится как почётный член Ассоциации пошива трикотажной одежды Республики Узбекистан.

Предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» относится к числу самых лучших и стабильно развивающихся предприятий по пошиву одежды в Узбекистане. Производственно — торговое предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» в своем развитии имеет миссию, которая заключается в удовлетворении потребностей внутреннего рынка производства трикотажных изделий с высочайшей добавленной стоимостью и появления ее на внешних рынках страны.

При производстве трикотажных изделий, предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» преследует цель, суть которой заключается в заключение договоров с еще большим количеством стран, в подавлении своих конкурентов при большом числе изготовленной продукции. При осуществлении своей цели, представители ООО «MARK FORMELLE IT» поставили перед собой следующие задачи:

- занятие ниши с большим объемом производства;
- получение чистой прибыли в 728 млн. сум от каждой выпущенной партии трикотажных изделий;
- выход на европейские рынки;
- достижения наивысшего качества продукции.

Предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» осуществляет свое направление деятельности по лицензии Министерства финансов Республики Узбекистан, регистрация № 609461 от 18 мая 2018 г по пошиву и выпуску трикотажных изделий.

В основные виды деятельности производственно — торгового предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» входят следующие виды:

- пошив трикотажной одежды для женщин (платья, туники, футболки, лонгсливы, футболки топы, нижнее белье);

- пошив трикотажной одежды для мужчин (футболки, шорт, штаны, нижнее белье, носки);
- пошив трикотажной одежды для детей (жакеты, джемперы, футболки, платья, шорты, сарафаны, нижнее белье, носки).

В производственно — торговом предприятии ООО «MARK FORMELLE IT» присутствует линейная организационная структура. Организационная структура предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» на сегодняшний день состоит из персонала 1000 человек, которая показана на рисунке 1. [5]



Рисунок 1 — Организационная структура ООО «MARK FORMELLE IT»

Сложившаяся организационная структура ООО «MARK FORMELLE IT» позволяет квалифицированно выполнять работы по пошиву трикотажных изделий и обслуживанию своих клиентов.

Работники предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» зачисляются на работу на контрактной основе и получают стабильную заработную плату.

Далее, рассмотрим основные экономические показатели деятельности предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 годы. Результаты, полученные при анализе экономических показателей, представлены в таблице 1.[9]

Таблица 1 — Экономические показатели деятельности предприятия за 2019 — 2021 гг. (млн. сум)

| Показатели | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | Изменение | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|------------------|------------------|----------------|------------------|
| | | | | 2021-2020гг. | | 2020-2019гг. | |
| | | | | Абс. изм (+/-) | Темп прироста, % | Абс. изм (+/-) | Темп прироста, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1. Выручка ¹ млн. сум. | 720834 4 | 1202 0605 | 1201 6355 | -4250 | 99,96 | 4812 261 | 166,75 |
| 2. Себестоимость продаж ¹ млн. сум. | 279472 1 | 4002 191 | 5002 759 | 10005 68 | 12,55 | 1207 470 | 143,20 |
| 3. Валовая прибыль ¹ (убыток), млн. сум. | 441362 3 | 8018 414 | 7013 596 | - 10048 18 | 87,46 | 3604 791 | 181,67 |
| 4. Управленческие расходы ¹ млн. сум. | 186348 | 3847 34 | 4221 29 | 37395 | 109,71 | 1983 86 | 206,45 |
| 5. Коммерческие расходы ¹ , млн. сум. | 413822 3 | 6211 007 | 6507 029 | 29602 2 | 104,76 | 2072 784 | 150,08 |
| 6. Прибыль (убыток) от продаж, млн. сум. | 89052 | 1422 673 | 8443 8 | - 61987 3 | 5,93 | 7336 21 | 1597,57 |
| 7. Чистая прибыль ¹ , млн. сум. | 66789 | 1067 004 | 6332 8 | - 10036 76 | 5,93 | 1000 215 | 1597,57 |
| 8. Основные средства, млн. сум. | 645185 | 1029 010 | 9121 402 | 80923 92 | 88,64 | 3838 25 | 15,94 |
| 9. Оборотные активы ² , млн. сум. | 358164 9 | 5265 126 | 2782 4730 | 22559 604 | 47,14 | 1683 477 | 1470 |
| 10. Численность ППП, чел. | 234 | 614 | 836 | 222 | 13,61 | 380 | 26,23 |
| 11. Фонд оплаты труда ППП ³ , млн. сум. | 320486 | 1027 384 | 1445 784 | 41814 | 14,07 | 7068 98 | 32,05 |
| 12. Производительность труда работающего, млн .сум. (стр1/стр.10) | 30804, 88 | 1957 7,53 | 1437 3,63 | -19,14 | 7,34 | 1266 3,84 | 6,35 |
| 13. Среднегодовая заработная плата работающего, млн. сум. (стр11/стр10) | 1369 | 1673 | 1729 | 56 | 10,33 | 304 | 12,22 |
| 14. Фондоотдача (стр1/стр8) | 2,01 | 11,68 | 1,31 | - 0,000 5 | 1,12 | 12,5 3 | 10,46 |
| 15. Оборачиваемость активов, раз (стр1/стр9) | 2,01 | 2,28 | 0,43 | - 0,000 1 | 2,12 | 2,85 | 11,34 |
| 16. Рентабельность продаж, % (стр6/стр1) × 100% | 1,23 | 11,83 | 0,70 | -11,13 | 0,05 | 10,6 | 9,61 |
| 17. Рентабельность производства, % (стр6/(стр2+стр4+стр5)) × 100% | 1,25 | 13,42 | 0,53 | -12,89 | 0,03 | 12,1 7 | 10,73 |
| 18. Затраты на рубль выручки, (стр2+стр4+стр5)/стр1 * 100 коп.) | 98,76 | 88,16 | 99,29 | 11,13 | 1,12 | -10,6 | 0,89 |

Из таблицы 1 видно, что положительное влияние на развитие предприятия 2019 — 2021 годов, оказала выручка, в 2021 году ее значения достигли повышения, и составили 12016355 млн. сум. Такому росту поспособствовал, спрос на выпускаемую продукцию населения Республики Узбекистан. В 2019 году предприятия находилось не в самом хорошем положении по выручке, она составляла 7208344 млн. сум, что на 4812261 млн. сум меньше 2020 года (12020605 млн. сум).

Себестоимость продаж произведенной продукции предприятием по сравнению с 2019 (2794721 млн. сум) в 2020 годами (4002191 млн. сум), в 2021 году значительно вырос, его предел достиг в сумме 5002759 млн. сум.

Что касемо валовой прибыли предприятия, то в период с 2019 — 2020 годов, показатель стремительно растет, и составляет 8018414 млн. сум. Но, в 2021 году, валовая прибыль показывает понижение на 86,46% и составила 7013596 млн. сум.

Коммерческие расходы предприятия за 2019 — 2021 годы имеют положительную динамику. И в 2021 году, показатель достигает роста и составил 6502029 млн. сум. по сравнению с 2019 годом (4138223 млн. сум), 2020 годом (6211007 млн. сум).

В 2021 году управленческие расходы предприятия, имеют положительную повышенную динамику, по сравнению с 2019 — 2020 годами (148953 млн. сум). В 2021 году, значение данного показателя от предыдущего 2020 года (384734 млн. сум.) выросли на 37395 млн. сум, и составили 422129 млн. сум.

Прибыль от продаж, в 2021 году по сравнению с 2019 — 2020 годами, практически терпит понижение. Данный факт можно увидеть в 2020 — 2021 годы. В начале 2020 года, прибыль от продажи готовых изделий составила 1422673 млн. сумм, а к 2020 году снижается до 84438 млн. сум (5,93%). Такое резкое снижение, негативно отражается на финансовой отрасли предприятия и производстве продукции, а также сказывается на чистой прибыли. В 2019 году сумма чистой прибыли предприятия составляла 66789 млн. сум, в 2020

году 1067004 млн. сум, а в 2021 году снижается на 5,93% млн. сум, и достигает 63328 млн. сум.

В 2019 — 2021 годы на предприятии наблюдается положительное развитие основных средств. В 2021 году, показатель основных средств достиг пика, и составил 9121402 млн. сум, это на 8476217 млн сум больше, чем в 2019 году (645185 млн. сум), и чем в 2020 году (1029010 млн. сум) 8092392 млн. сум. Такой рост основных средств, связан с внедрением на предприятии дополнительного оборудования для производства трикотажных изделий.

В течение 2019 — 2021 годов, оборотные активы предприятия меняют свое суммовое значение. В 2019 году составляли 3581649 млн. сум, в 2020 году данные выросли на 1683477 млн. сум и составили 5265165 млн. сум., В 2021 году их значения тоже выросли на 47,14% и составили уже 27824730 млн. сум

Как было выше сказано, предприятие за время своего существования на рынке выпуска трикотажных изделий, развивается стабильно и имеет высокие финансовые показатели. Из-за хороших условий и стабильной выдачи заработной платы, предприятие пользуется спросом среди численности рабочего персонала, который в 2021 году достиг 836 человек.

За 2019 — 2021 годы на предприятии наблюдается повышения фонда заработной платы. В 2019 году, заработная плата составляла 320486 млн. сум, в 2020 году — 1027384 млн. сум, и в 2021 году выросла на 418400 тыс. сум и составила 1445784 млн. сум.

Повышению заработной платы для сотрудников предприятия, происходит благодаря стабильному развитию самого предприятия и своевременной выработке, а также, сбыту произведенной продукции на рынок.

Следовательно, с прибавлением рабочего штата, у предприятия увеличивается производительность труда, которая в 2020 году составила 9577,53 млн. сум. по сравнению с 2019 годом (30804,88 млн. сум). Такой рост говорит том, что предприятие стало экономить на затратах труда и времени рабочих. Но, к 2021 году, показатели производительности труда, снижаются

на 7,34%. и составляют 14373,63 млн. сум. Такому резкому снижению поспособствовали рост издержек на предприятии.

В течение 2019 — 2021 годов на предприятии среднегодовая заработная плата работающего, выросла. В 2019 году она составляла 1369 млн. сум, в 2020 году — 1673 млн. сум. И к началу 2021 года, выросла на 10,33% (1313 млн. сум), и стала составлять 1729 млн. сум.

За 2019 — 2021 годы фондоотдача на предприятии ООО «MARK FORMELLE IT» меняется. В 2021 году снизилась на 1,12% и составила 1,31 млн. сум стоимости основных средств по сравнению с 2020 — 2019 годами (10,49%)

Также, из таблицы 1 видно, что оборачиваемость активов предприятия уменьшилась в 2019 году (2,01%) и 2021 году (0,43%) по сравнению с 2020 годом, когда удельный вес оборотных активов в имуществе предприятия, составлял 2,28% . Рентабельность продаж готовой продукции имеет самое большое значение в 2020 году и составляет 11,83%, что на 9,61% больше, чем рентабельность в 2019 года (1,23%). Повышение уровня рентабельности продукции с 2019 — 2020 годы, сообщают о том, что предприятие для изготовления продукции, полностью и всегда использует все свои ресурсы, а также, производственные мощности на максимальном уровне. В 2020 — 2021 годах наблюдается снижение рентабельности реализации готовой продукции до 0,70%, в связи с падением объемов произведенной продукции, что свидетельствует о снижении эффективности деятельности предприятия полностью. Рентабельность производства продукции предприятия за 2021 — 2020 годы снизилась на 0,03%, а за 2020 — 2019 годы на 10,73% Понижение данного показателя может указывать на то, что предприятие увеличило себестоимость своей продукции.

Затраты на выручку продукции за 2019 — 2021 годы, показали, что затраты предприятия меняются и имеют тенденцию к повышению. В 2021 году предприятие затратило на изготовление продукции 99,29% в соотношении с 2019 годом — 98,76%, 2020 годом — 88,16%. За период 2019 — 2021 годы

затраты на выручку продукции повысились на 0,53%. Данные подробного и наглядного понимания, экономических показателей деятельности предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 годы, показаны на рисунке 2. [20]

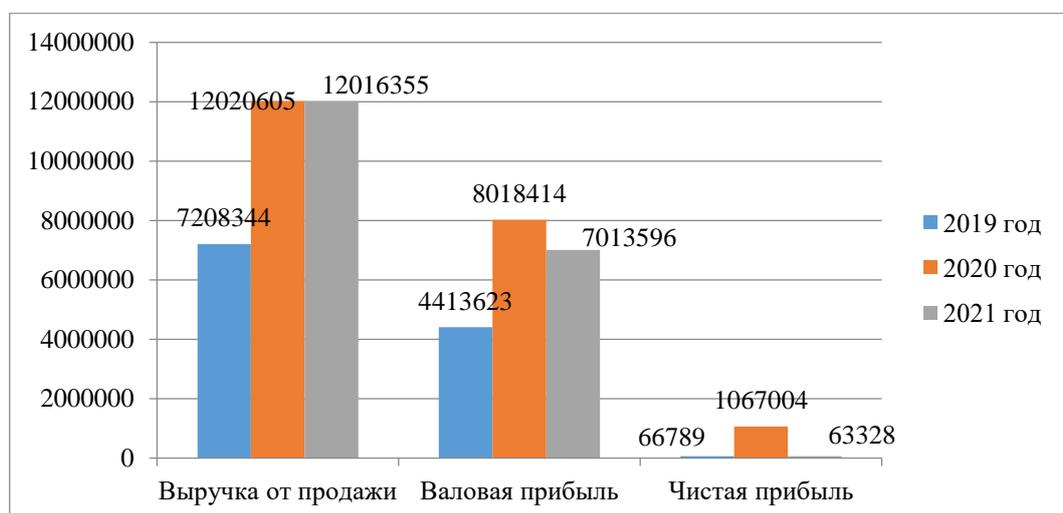


Рисунок 2 — Экономические показатели деятельности ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 годы, (млн. сум)

Для того чтобы полностью проанализировать финансовое состояние предприятия ООО «MARK FORMELLE IT», проведем анализ в кратком обзоре по активам и пассивам. Развернутый и подробный баланс предприятия, показан в приложении Б таблица Б.1. [17]

По таблице 2, можно сказать, что показатели активов предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» в 2021 году изменяются. Показатели долгосрочных активов на начало 2021 года, в общем, составили 949373,00 млн. сум, на конец 2021 года понизились на 813668 млн. сум, и составили 135705,00 млн. сумм. Текущие активы на начальный период 2021 года составили 5265126,00 млн. сум, в конце года, значительно заметен их рост — 27824730,00 млн. сум.

Таблица 2 — Краткий баланс активов и пассивов ООО «MARK FORMELLE IT» за 2021 год

| Показатель | На начало 2021 года | На конец 2021 года |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Актив | | |
| I. Долгосрочные активы | 949373,00 млн. сум, | 135705,00 млн. сумм. |
| II. Текущие активы | 5265126,00 млн. сумм. | 27824730,00 млн. сум. |
| Всего по активу баланса | 6214499,00 млн. сум | 54960435,00 млн. сум |
| Пассив | | |
| I. Источники собственных средств | -3538830,00 млн. сум | -2228500,00 млн. сум |
| II. Обязательства | 9753329,00 млн. сум | 57188935,00 млн. сум |
| Всего по пассиву баланса | 6214499,00 млн. сум | 54960435,00 млн. сум |

Всего по активу баланса предприятия на начало 2021 года приходится 6214499 млн. сум., а на конец этого же года показатели повышаются, и составляют — 54960435 млн. сум.

Показатели пассивов предприятия, также изменяются, как и активы. Источники собственных средств предприятия на начало 2021 года составили 3538830 млн. сум, на конец 2021 года -2228500 млн. сум. В конце 2021 года понизились на 1310313 млн. сум.

Показатели в графе обязательства в начале 2021 года составляли 9753329 млн. сум, в конце года, они увеличиваются и достигают 57188935 млн. сум. Общий баланс по пассивам предприятия в 2021 году оказывает положительную динамику на развитие предприятия. На конец 2021 года, его показатели в целом выросли в отличие от начального период и составляют 54960435 млн. сум.

В завершении проведенного анализа по балансу активов и пассивов ООО «MARK FORMELLE IT» за полный 2021 год, можно сказать, что предприятие имеет положительное развитие.

Далее, подробно рассмотрим финансовую устойчивость предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» за 2020 — 2021 годы. (Приложение В, таблица В.1). [18]

В таблице отражаются все основные показатели предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» за 2020 — 2021 годы. В 2021 году предприятие по показателям выручки по сравнению с 2020 годом (6077526 млн. сум), достигло высшей суммы (25751599 млн. сумм). Такому росту суммы способствовал спрос среди населения на трикотажные изделия.

Себестоимость реализованной продукции для предприятия обошлась с расходами на сырье, материалы, которые были необходимы для производства продукции. В 2020 году они составляли 3964147 млн. сум, но в 2021 году расходная часть повысилась на 13657341 млн. сум и составили 17621488 млн. сум.

Показатели валовой прибыли предприятия за 2021 год, показывают значительный рост по сравнению с предыдущим 2020 годом.(2113379 млн. сум) ООО «MARK FORMELLE IT» свои доходы повысила на 6016732 млн. сум. и составила 8130111 млн. сум.

Из приложения В видно, что в 2021 году предприятие зафиксировало расходы за период в размере 500765 млн. сум, (расходы по реализации, административные расходы, операционные расходы, расходы отчетного периода), что превзошло общую сумму расходов за 2020 год на 2714096 млн. сум.

Доходы от основной деятельности по сравнению с 2020 годом (47732 млн. сум), в 2021 году повысились на 94523 млн. сум, и их общие доходы за отчетный период составляют 142255 млн. сум. Такому росту доходов предприятия, способствовал спрос на продукцию предприятия среди населения, и его сбыт в большом объеме на рынок.

Предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» в 2020 году претерпело не большой убыток в размере 552985млн. сум от производства продукции. Поскольку в 2020 году предприятие получило прибыль в размере 47732 млн сум от своей основной деятельности, по реализации продукции оно не имело возможности покрыть расходы, связанные с ее производством.

Но, в 2021 году предприятие поднялось на новый рубеж (стали привлекать в свое производство инвестиции, заключили контракты на сбыт продукции с европейскими странами). И прибыль предприятия от произведенной продукции в 2021 году, составила 3264713 млн. сум.

В 2020 году предприятие реализовывает трикотажную продукцию в Республику Казахстан. На доходную финансовую деятельность оказывает влияние валютная курсовая разница, которая имеет свойство меняться. В первой половине 2020 года предприятием было сбыто в магазин «Нео» 5060 штук трикотажных изделий на сумму 195345 млн. сум, по валютному курсу на день заказа 420,63 USD. Представители магазина «Нэо» оплатили заказ только через пятнадцать дней, при этом курс валюты повысился на 1,77 единиц (422,40 USD). Доходная часть предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» с изменением курса, составила 230658 млн. сум.

В первой половине 2021 года у предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» представителями магазина «Трикотажный ряд» в России, было заказано 6217 штук трикотажной продукции на сумму 521239 млн. сум. Валютный курс на начало 2021 года составлял 76.25 USD. Оплата за продукцию клиентами была совершена тоже через пятнадцать дней. На тот момент валютный курс повысился на 3,25 единиц (79,51 USD) И доходная часть предприятия составила 557493 млн. сум.

Доходы от финансовой деятельности предприятия с изменением валютного курса 2020 — 2021 годов существенно меняются. В 2021 году доходы ООО «MARK FORMELLE IT», больше на 5344238 млн. сум.

Расходы по финансовой деятельности предприятия за период 2020 года составили 1320519 млн. сум, в 2021 году они повысились на 5970591 млн. сум, и составляют 7291110 млн. сум.

Также, предприятие расходовало свои финансы на расходы в виде процентов по кредиту. В 2020 году, ООО «MARK FORMELLE IT» в целях улучшения своей деятельности, приобрело в кредит пять промышленных

машин, расходы в виде процентов по кредиту на год, составили в размере 443452 млн. сум.

В 2021 году предприятие берет еще шесть швейных машин для производства трикотажа в кредит, и тогда сумма значительно меняется, расходы в виде процентов становятся на 1187445 млн. сум больше по сравнению с 2020 годом, составляют 1630897 млн. сум.

Не смотря на повышенную доходную часть от валютного курса, предприятие терпит и убытки от валютного курса. В начале 2020 года валютно — курсовые убытки предприятия составили на сумму 877067 млн. сум. Их причиной являются количество произведенной и проданной трикотажной продукции европейским странам по скачкообразному валютному курсу. В конце 2021 года трикотажное предприятие, также потерпело в большей сумме валютные убытки, чем в 2020 году — на сумму 5660213 млн. сум. Их причиной стали затраты превышающие продажную стоимость трикотажных изделий для представителей иностранных предприятий.

В 2020 году предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» находится в убытке по экономическому показателю общехозяйственной деятельности на сумму 1642846 млн. сум. В анализируемый период расходы превзошли доходы финансовой деятельности. В 2021 году предприятие получает доход от реализации трикотажных изделий в размере 1548496 млн. сум. На момент уплаты налога, прибыль в 2020 году, предприятие находилось в убытке превышения расходов над доходами в размере 1642846 млн. сум. Несмотря на уплату налогов, предприятие в 2021 году не является убыточным, а наоборот показывает положительный финансовый результат своей деятельности, в размере 1548496 млн. сум.

В 2020 году предприятие уплатило от своей прибыли обязательные денежные платежи в государственные целевые фонды, таможенные платежи, а также сборы. Их расходы составили 66 млн. сум. В 2021 году, таких расходов не наблюдается.

В 2020 году чистая прибыль предприятия оказывается в убытке на сумму 1642912 млн. сум. Причиной этому является сохранение уровня расходов, при падении спроса на продажи трикотажной продукции. В 2021 доходная часть чистой прибыли возрастает, и составляет 1548496 млн. сум.

2.2 Анализ процесса формирования затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT»

Структура затрат на выпуск продукции в ООО «MARK FORMELLE IT» наглядно показана в приложении Г в таблице Г.1. [10] Рассмотрим подробно затраты на производство продукции предприятия ООО «MARK FORMELLE IT». Затраты на изготовление и выпуск продукции имеют склонность к росту к концу определенного периода. Самые высокие затраты у предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» были замечены в 2021 году, они составили 63783 млн. сум., на (176,38 %) выше по сравнению с 2020 годом. Такой рост затрат для предприятия носит отрицательный характер и оказывает негативное влияние на его развитие. Также, к высоким затратам предприятия относится повышение заработной платы, рост которой, в 2021 году составил 3200000 млн. сум., что на 18,5% выше 2020 годом (2700000 млн. сум). Повышение затрат предприятия на заработную плату сотрудникам, имеет связь с ростом производства продукции. С увеличением заработной платы, подвергаются росту отчисления предприятия, которые в конце 2021 года составили 12649 млн. сум, на 13,6% больше 2019 — 2020 гг.

В период с 2019 — 2020 годы на предприятии отслеживается инвестирование в его развитие. Представителями ООО «MARK FORMELLE IT» были заключены договора с дизайнерами на новый вид трикотажных изделий. При этом, у предприятия начали увеличиваться затраты на сырье и материалы. К концу 2021 года увеличились до 31460 млн. сум, что вышло на 1829 млн. сум больше, чем в 2020 году (29631 млн. сум). В 2021 году увеличивается добавочные материалы, которые вызваны за счет роста цены

на специальную одежду для рабочего персонала. Их показатель составляет 2249 млн. сум, больше на 12,2%, чем в 2020 году (1927 млн. сум) В 2021 году по сравнению с предыдущими годами (2019 — 2020 гг.) подвергаются росту цен, показатели электричества (3394 млн. сум), увеличилось на 13,3%, отопления (575 млн. сум) увеличилось на 98,12%. Затраты на приобретение тканей предприятием для пошива трикотажных изделий, в 2021 году уменьшаются на 84,21%(80 млн. сум), по сравнению с 2019 (95 млн. сум) 2020 годами (85 млн. сум). В 2021 году предприятие усовершенствовало финансовое состояние за счет заключения договоров с европейскими странами, и контракты с известными модельерами и дизайнерами. Предприятие разрабатывает методику по новому пошиву трикотажных изделий, которые также, влекут за собой новые затраты на сырье и материалы. При этом увеличивается амортизация, она составила 521 млн. сум, выше на 11,4%, чем в 2020 году (415 млн. сум). При значительном росте всех выше описанных затрат предприятия на свои показатели, в 2021 году руководству получилось снизить затраты на модернизацию оборудования (10,3%).

В приложении Д на рисунках Д.1, Д.2 и Д.3, показана наглядно структура затрат предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 гг. [11] Далее, проведем анализ коэффициентов затрат производства и его рентабельности за 2019 —2021 гг. Показаны наглядно таблица 3. [23]

Данный проведенный анализ оценки коэффициентов затрат и рентабельности производства в таблице 5, дает возможность рассмотреть основные проблемы предприятия, через SWOT — анализ. при котором, необходимо учитывать сильные и слабые стороны предприятия, а также появление угроз и возможностей извне.

Наглядно показаны в приложении Е таблице Е.1. [19]

По завершению проведения SWOT — анализа предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» можно сделать вывод:

– главные угрозы — выход на рынок новых конкурентов;

- основные возможности — рост платежеспособности клиентов;
- основная сильная сторона — известность предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» как производителя качественного товара, высокое доверие со стороны клиентов;
- главные слабые стороны — низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия, и высокие издержки.

Таблица 3 — Анализ и оценка коэффициентов затрат и рентабельности производства (тыс. сум.)

| Показатели | Значения показатели | | | Изменения | | | |
|-----------------------------------|---------------------|----------|----------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| | 2019 год | 2020 год | 2021 год | 2021-2020 гг. | | 2020-2019 гг. | |
| | | | | Абс.изм. (+/-) | Темп прироста | Абс.изм. (+/-) | Темп прироста |
| Валовая прибыль | 7208344 | 12020605 | 12016355 | -425.0 | -9.99 | 4812261 | 16.087 |
| Себестоимость реализ. пр. | 2794721 | 4002191 | 5002759 | 1000568 | 12.5 | 1207470 | 14.32 |
| Коммерческие расходы | 4138223 | 6211007 | 6507029 | 296022 | 10.47 | 2072784 | 150.09 |
| Управленческие расходы | 186348 | 384734 | 422129 | 37395 | 10.97 | 198386 | 206.45 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 89052 | 1422673 | 84438 | -619873 | -56.43 | 733621 | 20.04 |
| Коэффициент затрат | 0.38 | 0.33 | 0.41 | 0.08 | 12.42 | -0.05 | -86.84 |
| Коэффициент прибыльности | 0.62 | 0.67 | 0.65 | -0.02 | -97.01 | 0.03 | 95.71 |
| Рентабельность затрат | 1.6 | 2.03 | 1.5 | 0 | -0.53 | 0 | 0.43 |
| Коэффициент коммерческих расходов | 0.57 | 0.51 | 0.54 | 0 | 105.88 | 0 | 89.47 |
| Рентабельность продаж | 1.23 | 11.83 | 0.7 | -11.13 | 5.9 | 10.6 | 9.6 |

Подводя итоги второй главы, можно сделать выводы. Предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» — это производственно — торговое предприятие, которое занимается пошивом трикотажных изделий. Входит в холдинг компании MARK FORMELLE на территории Республики Беларусь. Сегодня, предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» является самым высокоразвитым по пошиву трикотажных изделий (женщинам, мужчинам, детям). Имеет большой ассортимент одежды под брендом «MF», который пользуется большим спросом среди населения страны. Мощность развития производства

ООО «MARK FORMELLE IT» достигло двух фабрик. Все оборудование закупает по импорту.

Рабочий штат предприятия составляет больше 900 человек, которые получают высокую заработную плату.

На территории Республики Узбекистан под брендом трикотажных изделий «MF» имеется семь магазинов и один интернет магазин (www.markformell.uz) на котором зарегистрировано больше 220 000 подписчиков.

В данной главе был проведен анализ и оценка коэффициентов затрат и рентабельности производства продукции производственно — торгового предприятия ООО «MARK FORMELLE IT», который наглядно показал, что выручка от реализации продаж и услуг в 2021 году ниже на 9,99% по соотношению, чем 2020 году хотя себестоимость реализованной продукции несмотря на спад выручки увеличилась на 12,5%, а также коммерческие и управленческие расходы увеличились почти на 11%.

В 2021 году поставщик полотна и фурнитуры, увеличил цены на сырье из-за дорогой транспортировки. Это сразу отразилось на увеличении себестоимости. На предприятии не пересмотрены нормы расходов, они действуют еще с самого его основания, и с 2019 года влекут за собой не корректное формирование производственных отчетов. На складах имеется очень много бракованной продукции и отходов. На предприятии нет демотивации за бракованную продукцию.

Предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» согласно учетной политике начисляет заработную плату на основании штатного расписания: по окладам, хотя работники производства работают не в полную силу, многие часто отпрашиваются и болеют, а другие наоборот выполняют свою норму сверх плана. Предлагается ввести оплату по тарифам за фактически отработанные часы и персональную мотивацию за перевыполнение плана.

Глава 3 Пути совершенствования снижения затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT»

3.1 Технологический процесс снижения затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT»

Проведенный в предыдущей главе анализ затрат на примере предприятия ООО «MARK FORMELLE IT», дает возможность сделать вывод, о том, что при формировании себестоимости продукции, можно выделить большие расходы на сбыт, заработную плату, логистику. Исходя из этого, следует пересмотреть формирование расходов в сторону их снижения. [29]

Предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» ставит перед собой задачи:

- увеличить сменность для рабочего персонала;
- внедрить мотивации для производительности труда;
- автоматизировать производственный процесс, путем внедрения программы «Лиса», а также обучить определенный круг персонала за счет собственных сил предприятия;
- использовать скоростное современное оборудование;
- сменить поставщика полотна и фурнитуры.

Следовательно, из перечисленных выше задач, можно разработать мероприятия по снижению себестоимости готовых изделий. Они подробно описаны в приложении Ж таблице Ж.1. [27] Рассмотрим подробно каждое предложенное мероприятие в отдельности.

Мероприятие 1. Увеличение сменности для рабочего персонала.

Для снижения затрат производства, рекомендуется на предприятии ввести график сменности рабочих. Применение сменного графика работы (две, три смены) персонала приводит к увеличению объема выпускаемой продукции, улучшению производительности труда и, как следствие, большей

прибыли предприятия. Сейчас на предприятии действует восьми часовой рабочий день, пять дней в неделю. За восьми часовой рабочий день один поток, состоящий из 13 человек выполняет пошив 780 изделий, в неделю 3900 штук. Если перевести предприятие на 12 часовую рабочую смену, то за эти часы, швеи смогут шить 1072 изделий, в неделю 6435 готовых изделий, что выходит на 65% больше.

Для перехода на сменный график работы необходимо разработать следующую документацию: согласно Трудовому кодексу Республики Узбекистан (ст. 115) нормальная продолжительность рабочего времени при 6-ти дневной рабочей недели не должна превышать 40 часов в неделю.

Для перехода на 6-ти дневную рабочую неделю сотрудникам отдела кадров нужно совместно с плановым отделом, разработать график сменности. Также отделу кадров издать приказ, в котором определить сроки и порядок введения сменного режима работы.

Затем, получить письменное согласие каждого работника на работу посменно. Закрепить в локально-нормативном акте предприятия (ПВТР) информацию, к каким категориям работников устанавливается сменный режим работы.

Утвердить график сменности приказом руководителя предприятия. И в окончательном итоге, ознакомить сотрудников с графиком сменности под их собственную роспись.

Мероприятие 2. Внедрение мотивации для производительности труда.

Данный вид мероприятий, направленный на внутренние ценности и потребности подчиненных, стимулирующих не только к работе в целом, но и прежде всего к усердию, инициативности и желанию трудиться.

На предприятии в качестве мероприятий должна применяться материальная мотивация всего персонала за лучшую работу, которая по завершению месяца/квартала выдается руководством в качестве вознаграждения в денежном эквиваленте (премией в размере двойного оклада), а также, положительная мотивация, в которой работник получает

эмоциональные выгоды (фото лучшего работника вывешат на доске почета предприятия). Стимулируя данным образом сотрудников на высокие результаты и минимизацию бракованных изделий.

Мероприятие 3. Автоматизация производственного процесса, путем внедрения программы «Лиса».

Предприятие имеет разработанную головным офисом программу «Лиса», но ведет учет в ней только по приему сырья, перемещению сырья, технологических карт, сдаточных ведомостей, но не использует ее в полной мере. В программе имеются функции по планированию производства. Плановый отдел высчитывает норму выпускаемых изделий.

Далее данные передаются начальнику производства, который составляет технологические карты. На все виды изделий автоматически формируется полное количество сырья необходимое для изготовления сырья. Далее данные передаются в раскройный отдел. В раскройном цеху раскроенное полотно фасуют по техническим картам на пошив. Фасовка кроя происходит по следующему принципу.

Раскроенные изделия раскладываются в пачки по сто штук для однотипных операций. На пачку с изделиями наклеивается стикер со штрих кодом конкретной операции. Все расфасованные полуфабрикаты передаются в швейный цех.

Швея, проделав данные операции, забирает его себе, собранные стикеры за смену передает старшему мастеру. Старший мастер сканирует стикеры в программу.

В конце месяца выводятся итоговые данные по каждому сотруднику отдельно. Данный способ позволяет отслеживать выполнение плана каждого сотрудника. Исходя, из выработки сотрудника, рассчитывается его заработная плата. Данный способ позволяет мотивировать сотрудника выполнившего или перевыполнившего свой план работы.

Мероприятие 4. Использование скоростного современного оборудования.

При использовании швейных машин, особенно специальных и полуавтоматов, во много раз сокращаются затраты времени на выполнение операции, и повышается качество обрабатываемой детали. На производстве большой процент брака образуется при шитье планки футболок. Если закупить 6 швейных автоматов AUTOSEW ASM-02 для изготовления планки для футболок одного потока, то можно значительно сократить время на изготовление данной операции, и при этом улучшить качество строчки.

При внедрении данного мероприятия количество бракованных изделий сократится. Швейный автомат для изготовления планки для футболок AUTOSEW ASM-02 обрабатывает за 10 часов от 2000 до 2800 штук. Время изготовления планки от 3 до 8 секунд, а один поток, состоящий из 12 человек, обрабатывает за тоже время 600 воротников. Рассчитаем:

- Стоимость одного швейного автомата 24 640 тыс. сум.
- Закупка швейного автомата составит: $24\ 620 * 6 = 147\ 840$ тыс. сум.
- Настройка и наладка оборудования составит 12 348 тыс. сум.
- Стоимость данного мероприятия составит: 160 188 тыс. сум.

Для реализации данного мероприятия нужно обучить механиков ремонту и обслуживанию швейного автомата. Отделу главного механика разработать инструкцию для обучения рабочих швейного цеха.

На данный момент предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» закупает все полотно и комплектующие в Республике Беларусь. Из-за наложенных на Российскую Федерацию и Республику Беларусь санкций в начале 2022 года, выросла стоимость логистики, материала, комплектующих поставляемых из Республики Беларусь, которые в свою очередь, закупаются непосредственно в Турции.

Вследствие чего, такой ход действий, резко отразились на переменных затратах данного предприятия. Цены на полотно и фурнитуру выросли почти на 45%. Но, если же закупать сырье на прямую с Турции, то переменные

затраты предприятия, можно снизить на 40%. Для этого необходимо заключить договора, и наладить поставки напрямую с Турцией.

Для выбора поставщика предприятию ООО «MARK FORMELLE IT» можно:

- объявить конкурс;
- посетить отраслевые ярмарки или выставки;
- изучить рекламные материалы, профессиональные издания, каталоги;
- установить контакт с возможными поставщиками.

На сегодняшний день у нынешнего поставщика полотна цена 1 тонны сурового полотна составляет 12 000 тыс. сум. Необходимое количество полотна в год составляет 2500 — 3000 тонн. Следовательно, расходы на покупку полотна составляют: 33 000 000 тыс. сум. Если закупать полотно у Турецкого поставщика, то расходы предприятия составят следующие показатели:

- цена одной тонны полотна составляет 7 200 тыс. сумм;
- необходимое количество полотна в год 2500-3000;
- расходы на покупку полотна в год составят: 19800000 тыс. сум.

В конечном итоге, предложенные выше мероприятия, могут сократить расходы ООО «MARK FORMELLE IT» на выпуск продукции, почти на 35-40%.

3.2 Оценка эффективности мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции ООО «MARK FORMELLE IT»

В предыдущем вопросе 3.1., были предложены мероприятия по снижению затрат на примере производственно — торгового предприятия ООО «MARK FORMELLE IT», которые принесли бы ему положительные экономические результаты.

Для подробного анализа, проведем оценку расчета и эффективности выше описанных мероприятий по снижению затрат на выпуск продукции. Наглядно экономию описанных мероприятий отразим в таблице 4. [28]

Таблица 4 — Расчет снижения затрат от вышеописанных мероприятий для ООО «MARK FORMELLE IT» (млн. сум.)

| Показатель | Значения показателя, млн. сум |
|---------------------------|-------------------------------|
| Экономия текущих затрат | 80640 |
| Полотно и фурнитура | 13200000 |
| Вспомогательные материалы | 12000 |
| Средняя зарплата | 98560 |
| Итого | 13391200 |

Из таблицы 4 можно сделать вывод, что на предприятии снижение затрат на выпуск продукции будет происходить по описанным в таблице 6 показателям ООО «MARK FORMELLE IT». И, в конечном итоге, их суммарное снижение затрат, будет равно 13391200 млн. сум.

Далее, рассмотрим экономические показатели предложенных выше мероприятий ООО «MARK FORMELLE IT». Они показаны в таблице 7. [6]

Из таблицы 5 видно, что если в производство продукции на предприятии ООО «MARK FORMELLE IT» применить вышеописанные мероприятия для снижения затрат, то они окажут влияние на качество производимой предприятием продукции. Если обратить внимание на данные, которые показаны в таблице 7, можно увидеть, что с применением предложенных мероприятий, выручка от реализованной продукции значительно выросла и

достигла 16222079 млн. сум, по сравнению с тем, когда мероприятия не были проведены (12016355 млн. сум). Затраты снизились на 4205724 млн. сум (35%).

Таблица 5 — Экономические показатели предложенных мероприятий ООО «MARK FORMELLE IT».

| Наименование | До проведения мероприятия | После проведения мероприятия | Изменения | |
|--|---------------------------|------------------------------|-----------|--------|
| | | | +/- | % |
| Выручка, млн. сум | 12016355 | 16222079 | 4205724 | 35 |
| Себестоимость, млн. сум | 5002759 | 3434006 | 1568753 | 31,36 |
| Стоимость основных производственных фондов, млн. сум | 9121402 | 9221590 | +160188 | 1,73 |
| Численность работающих, чел. | 836 | 1086 | X | X |
| Фонд оплаты труда | 1445784 | 1878135 | +432351 | 29,90 |
| Валовая прибыль (с.1 - с.2) | 7013596 | 12788073 | 5774477 | 82,33 |
| Рентабельность производства (с.6/с.2)*100% | 140 | 372 | 232 | 165,71 |
| Рентабельность продаж (с.6/с.1) | 58 | 78 | 20 | 34,48 |
| Производительность труда (с.1/с.4) чел. | 14379 | 14937 | -564 | 3,92 |
| Средняя заработная плата (с.5/с.4) | 1729 | 1729 | 0 | 0 |

Так, как при использовании предложенных мероприятий, снижается процент брака продукции и ведется наблюдение за полным использованием материалов и сырья в производстве. Себестоимость производимой продукции также, с применением мероприятий, снизилась с 5002759 млн. сум до 3434006 млн. сум (снижение на 1568753млн. сум).

После проведения мероприятий, на предприятии возросло количество работающего персонала, их число достигло 1086 человек (836 чел.) Повысился фонд оплаты труда работающих на 29,90% и стал составлять 1878135 млн. сум (1445784 млн. сум). Показатель валовой прибыли стремительно вырос на 82,33%, и составляет 12788073млн. сум (7013596 млн. сум.).

Рентабельность производства с применением мероприятий, значительно повысилась на 165,71%.

Также, данные мероприятия оказали значительное снижение затрат на рентабельность продаж выпускаемой продукции, которая повысилась на 34,48%. После их применения, реализация продукции с минимальными затратами предприятия, повысилась на 78%.

Производительность труда повысилась на 3,92%. Благодаря росту количества выпущенной продукции работником предприятия при наименьших затратах производства.

Средняя заработная плата на предприятии, не при каких изменениях затрат не повысилась (1729 млн. сум). Так, как на предприятии сотрудники весьма часто пользуются выплатами по больничному листу, выходом в отпуск, компенсациями при увольнении.

В заключение третьей главы, можно сделать выводы. Для того, чтобы снизить данные затраты, ООО «MARK FORMELLE IT» в технологическом процессе, поставило для себя масштабные задачи. Их суть заключаются в увеличении сменности для рабочего персонала, внедрении мотивации для производительности труда, автоматизировании производственного процесса, путем внедрения программы «Лиса», а также обучению определенного круга персонала за счет собственных сил предприятия, использованию скоростного современного оборудования, смены поставщика полотна и фурнитуры.

В конечном итоге, предложенные выше мероприятия, принесли бы предприятию положительные экономические результаты и могут сократить расходы ООО «MARK FORMELLE IT» на выпуск продукции, почти на 35-40%. С применением предложенных мероприятий, выручка от реализованной продукции значительно выросла и достигла 16222079 млн. сум. Затраты снизились на 4205724 млн. сум (35%).

Также, данные мероприятия оказали значительное снижение затрат на рентабельность продаж выпускаемой продукции, которая повысилась на 34,48%. После их применения, реализация продукции с минимальными затратами предприятия, повысилась на 78% (58%). Производительность труда повысилась на 3,92%.

Заключение

В первой главе бакалаврской работы были рассмотрены затраты на выпуск продукции, которые являются неотъемлемой частью системы бухгалтерского учета. Они оказывают влияние на собственную цену выпускаемой продукции, и таким образом во многом определяют положительный рост конкретного предприятия на рынке.

Сущность затрат разнообразна. Её со своей точки зрения рассматривали как отечественные и европейские ученые - экономисты. Обобщая их мнение, можно сказать, что затраты на выпуск продукции выражают ценность всех ресурсов конкретного предприятия, потребляемых при производстве и продаже готовой продукции. Сегодня, когда на рынке производства продукции среди предприятий идет жесткая конкуренция, то каждое предприятие преследует цели в снижении затрат на выпускаемую продукцию своего предприятия. В связи с этим, перед каждым представителем предприятия стоит задача, улучшить качество своей продукции, стимулировать и поощрять своих сотрудников, а менеджерам необходимо применять разнообразные пути снижения затрат на предприятии.

Во второй главе был проведен анализ затрат на выпуск продукции на примере производственно – торгового предприятия ООО «MARK FORMELLE IT», которое занимается пошивом трикотажных изделий.

С 7 мая 2018 года предприятие заключает контракт на совместную трудовую деятельность с Республикой Узбекистан. Мощность развития производства ООО «MARK FORMELLE IT» достигло двух фабрик. Все оборудование закупает по импорту. Рабочий штат предприятия составляет больше 900 человек, которые получают высокую заработную плату.

В данной главе был проведен анализ и оценка коэффициентов затрат и рентабельности производства продукции производственно — торгового предприятия ООО «MARK FORMELLE IT», который наглядно показал, что выручка от реализации продаж и услуг в 2021 году ниже на 9,99% по

соотношению, чем 2020 году хотя себестоимость реализованной продукции несмотря на спад выручки увеличилась на 12,5%, а также коммерческие и управленческие расходы увеличились почти на 11%. В 2021 году поставщик полотна и фурнитуры, увеличил цены на сырье из-за дорогой транспортировки. Это сразу отразилось на увеличении себестоимости. На предприятии не пересмотрены нормы расходов, они действуют еще с самого его основания, и с 2019 года влекут за собой не корректное формирование производственных отчетов. На складах имеется очень много бракованной продукции и отходов. На предприятии нет демотивации за бракованную продукцию. Предприятие ООО «MARK FORMELLE IT» согласно учетной политике начисляет заработную плату на основании штатного расписания: по окладам, хотя работники производства работают не в полную силу, многие часто отпрашиваются и болеют, а другие наоборот выполняют свою норму сверх плана. Предлагается ввести оплату по тарифам за фактически отработанные часы и персональную мотивацию за перевыполнение плана.

В третьей главе был рассмотрен технологический процесс снижения затрат на выпуск продукции в ООО «MARK FORMELLE IT», при котором, предприятие для себя поставило задачи. Их суть заключаются в увеличении сменность для рабочего персонала, внедрении мотивации для производительности труда, автоматизировании производственного процесса, путем внедрения программы «Лиса», а также обучению определенного круга персонала за счет собственных сил предприятия, использованию скоростного современного оборудования, смены поставщика полотна и фурнитуры.

В конечном итоге, предложенные выше мероприятия, принесли предприятию положительные экономические результаты и могут сократить расходы ООО «MARK FORMELLE IT» на выпуск продукции, почти на 35-40%.

Список используемой литературы

1. Абчук В.А. Менеджмент в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов/ В.А. Абчук, С.Ю. Трапицын В.В.Тимченко. — 3—е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020 г.
2. Айдаркина Е.Е. Теория и практика управления: учебное пособие / Е.Е. Айдаркина; Южный федеральный университет. — Ростов—на—Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020 г.
3. Андреева Т.А. Введение в теоретическую статистику. Учебное пособие / Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный университет. Экономический факультет. Новосибирск, 2018 г.
4. Абдукаримов И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учеб. пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. — Москва: ИНФРА-М, 2022 г.
5. Алехина Е.С. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса. Учебное пособие /Алехина Е.С. — М.: Феникс, 2019 г.
6. Барышев А. В. Основы разработки управленческого решения: учебное пособие / А.В. Барышев. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021 г.
7. Быстров О.Ф. Теория менеджмента. Монография. / О.Ф. Быстров, Д.Э. Тарасов — Москва: Русайнс, 2020 г.
8. Бурко Р.А., Соколкова В.Д. Выбор и обоснование организационной структуры предприятия // Молодой ученый. — 2019 г.
9. Бороненкова С.А. Управленческий анализ: Учебник [Текст]/ С.А. Бороненкова. — М.: ИНФРА–М, 2019 г.
10. Богданова Ю.Н. Организация коммерческой деятельности предприятия: учебное пособие / Ю.Н. Богданова. — Ульяновск: УлГТУ, 2019 г.

11. Вахрушина М.А. Анализ финансовой отчетности: учебник / под ред. М.А. Вахрушиной. — 4—е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022 г.
12. Дворникова Ю.В. Анализ и оптимизация текущих затрат, как инструмент управления предприятием. Самарский государственный университет путей сообщения. Статья в журнале 3 (49). 2020 г.
13. Дугин В.К. Управление затратами / В.К. Дугин. — М.: Юрайт, 2019 г.
14. Данилова К.Н. Проблема управления затратами на современных предприятиях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://econf.rae.ru/pdf/2014/05/3384.pdf> (дата обращения 03.07.2021 г.).
15. Егоршин А.П. Эффективный менеджмент организации: учеб. пособие / А.П. Егоршин. — Москва: ИНФРА–М, 2018 г.
16. Кузина А.Ф., Павленко Е.А. Современный подход к совершенствованию учета и управления затратами экономического субъекта / А.Ф., Кузина, Е.А. Павленко// Гуманитарные, социально — экономические и общественные науки. 2018 г.
17. Качкова О.Е. Экономический анализ хозяйственной деятельности (для бакалавров) / О.Е. Качкова, М.В. Косолапова, В.А. Свободин. — М.: КноРус, 2019 г.
18. Косорукова И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Учебник — М.: КноРус, 2021 г.
19. Катькало В.С., Веселова А.С., Смельцова С.В. Методические указания для подготовки курсового проекта «SWOT-анализ». М.: Высшая школа бизнеса НИУ ВШЭ, 2021 г.
20. Налог — налог. ру Сообщество профессионалов [Электронный ресурс] : URL:https://nalog-nalog.ru/analiz_hozyajstvennoj_deyatelnosti_ahd/
21. Официальный сайт производственно — торгового предприятия «MARK FORMELLE IT». URL: <http://www.markformell.uz>

22. Чернов В.А., Морозова Н.А. Управление затратами / Учебник для вузов // под. ред. В.А. Чернова, Н.А. Морозовой. Москва, 2019 г.
23. Энциклопедия Экономиста. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.grandars.ru/> (Дата обращения 20.06.2020 г.)
24. Якупов И.Ф. Основные принципы и методы управления затратами на производство продукции / И.Ф. Якупов // Проблемы современной экономики: материалы II Междунар. науч. конф.— Омск ГАУ, 2019 г.
25. Adizes I.K. «The ideal leader». Publisher: Alpina Publisher. 2020.
26. Delvs B.F. «Managerial genius», Following in the footsteps of great managers. 2020.
27. Evans V., Key strategic tools, 88 tools that every manager should know. 2020.
28. Jones G., Goffey R. «I don't know how to manage people. How to become an inspiring leader» 2020.
29. Post C., Sarala R., Gatrell C., Prescott J.E. Advancing theory with review articles // Journal of Management Studies. 2020.

Приложение А
Классификация затрат

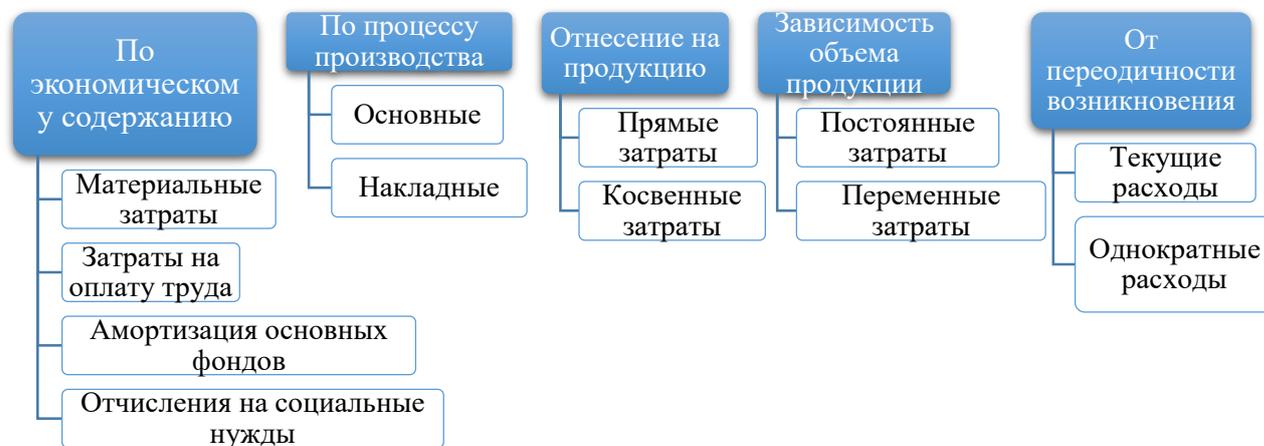


Рисунок А.1 – Классификация затрат

Приложение Б

Бухгалтерский баланс ООО «MARK FORMELLE IT» за 2021 год

Таблица Б.1 – Бухгалтерский баланс ООО «MARK FORMELLE IT» за 2021 год (млн. сум)

| Наименование показателя | Код стр. | На начало отчетного периода (2021 г.) | На конец отчетного периода (2021 г.) |
|--|----------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Актив | | - | - |
| I. Долгосрчные активы | | - | - |
| Основные средства: | | - | - |
| Первоначальная (восстановительная) стоимость (0100, 0300) | 010 | 1 029 010,00 | 9121402,00 |
| Сумма износа (0200) | 011 | 165 796,00 | 494 446,00 |
| Остаточная (балансовая) стоимость (стр. 010-011) | 012 | 863 214,00 | 8 626 956,00 |
| Нематериальные активы: | | - | - |
| Первоначальная стоимость (0400) | 020 | - | - |
| Сумма амортизации (0500) | 021 | - | - |
| Остаточная (балансовая) стоимость (стр. 020-021) | 022 | 0,00 | 0,00 |
| Долгосрчные инвестиции, всего (стр.040+050+060+070+080), в том числе: | 030 | 0,00 | 0,00 |
| Ценные бумаги (0610) | 040 | - | - |
| Инвестиции в дочерние хозяйственные общества (0620) | 050 | - | - |
| Инвестиции в зависимые хозяйственные общества (0630) | 060 | - | - |
| Инвестиции в предприятие с иностранным капиталом (0640) | 070 | - | - |
| Прочие долгосрчные инвестиции (0690) | 080 | - | - |
| Оборудование к установке (0700) | 090 | 11 984,00 | 9 968 556,00 |
| Капитальные вложения (0800) | 100 | 74 175,00 | 8 540 193,00 |
| Долгосрчная дебиторская задолженность (0910, 0920, 0930, 0940) | 110 | - | - |
| Долгосрчные отсроченные расходы (0950, 0960, 0990) | 120 | - | - |
| Итого по разделу I (стр. 012+022+030+090+100+110+120) | 130 | 949 373,00 | 27 135 705,00 |
| II. Текущие активы | | - | - |
| Товарно-материальные запасы, всего (стр.150+160+170+180), в том числе: | 140 | 3 545 530,00 | 15 006 546,00 |
| Производственные запасы (1000, 1100, 1500, 1600) | 150 | 298 008,00 | 7 389 397,00 |
| Незавершенное производство (2000, 2100, 2300, 2700) | 160 | 851 541,00 | 2 083 610,00 |
| Готовая продукция (2800) | 170 | - | 1 003 289,00 |
| Товары (2900 за минусом 2980) | 180 | 2395 981,00 | 4 530 250,00 |
| Расходы будущих периодов (3100) | 190 | 126 514,00 | 383 216,00 |
| Отсроченные расходы (3200) | 200 | - | - |
| Дебиторы, всего (стр.220+240+250+260+270+280+290+300+310) | 210 | 605 587,00 | 9 969 897,00 |
| из нее: просроченная* | 211 | - | - |

Продолжение приложения Б

Продолжение таблицы Б.1

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|-----|---------------|---------------|
| Задолженность покупателей и заказчиков (4000 за минусом 4900) | 220 | - | - |
| Задолженность обособленных подразделений (4110) | 230 | - | - |
| Задолженность дочерних и зависимых хозяйственных обществ (4120) | 240 | - | - |
| Авансы, выданные персоналу (4200) | 250 | - | 748,00 |
| Авансы, выданные поставщикам и подрядчикам (4300) | 260 | 169 712,00 | 5 912 881,00 |
| Авансовые платежи по налогам и другим обязательным платежам в бюджет (4400) | 270 | 273 009,00 | 3 780 502,00 |
| Авансовые платежи в государственные целевые фонды и по страхованию (4500) | 280 | 5 025,00 | - |
| Задолженность учредителей по вкладам в уставный капитал (4600) | 290 | - | - |
| Задолженность персонала по прочим операциям (4700) | 300 | - | - |
| Прочие дебиторские задолженности (4800) | 310 | 157 841,00 | 275 766,00 |
| Денежные средства, всего (стр.330+340+350+360), в том числе: | 320 | 987 495,00 | 2 465 071,00 |
| Денежные средства в кассе (5000) | 330 | 7 165,00 | 122 451,00 |
| Денежные средства на расчетном счете (5100) | 340 | 382 727,00 | 9 301,00 |
| Денежные средства в иностранной валюте (5200) | 350 | 522 099,00 | 2 167 532,00 |
| Прочие денежные средства и эквиваленты (5500, 5600, 5700) | 360 | 75 504,00 | 165 787,00 |
| Краткосрочные инвестиции (5800) | 370 | - | - |
| Прочие текущие активы (5900) | 380 | - | - |
| Итого по разделу II (стр. 140+190+200+210+320+370+380) | 390 | 5 265 126,00 | 27 824 730,00 |
| Всего по активу баланса (стр.130+стр.390) | 400 | 6 214 499,00 | 54 960 435,00 |
| Пассив | | - | - |
| I. Источники собственных средств | | - | - |
| Уставный капитал (8300) | 410 | 10 000,00 | 10 000,00 |
| Добавленный капитал (8400) | 420 | - | - |
| Резервный капитал (8500) | 430 | - | - |
| Выкупленные собственные акции (8600) | 440 | - | - |
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) (8700) | 450 | -3 548 830,00 | -2 238 500,00 |
| Целевые поступления (8800) | 460 | - | - |
| Резервы предстоящих расходов и платежей (8900) | 470 | - | - |
| Итого по разделу I (стр.410+420+430+440+450+460+470) | 480 | -3 538 830,00 | -2 228 500,00 |
| II. Обязательства | | - | - |
| Долгосрочные обязательства, всего (стр.500+520+530+540+550+560+570+580+590) | 490 | 7 860 488,00 | 45 295 742,00 |
| в том числе: долгосрочная кредиторская задолженность (стр.500+520+540+560+590) | 491 | 0,00 | 0,00 |
| Долгосрочная задолженность поставщикам и подрядчикам (7000) | 500 | - | - |
| Долгосрочная задолженность обособленным подразделениям (7110) | 510 | - | - |

Приложение В
Отчет о финансовых результатах предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» за 2020 — 2021 гг.

Таблица В.1 – Отчет о финансовых результатах предприятия ООО «MARK FORMELLE IT» за 2020 — 2021 гг. (млн. сум.)

| Наименование показателя | Код строки | За соответствующий период прошлого года (2020 г.) | | За отчетный период (2021 г.) | |
|---|------------|---|------------------|------------------------------|------------------|
| | | Доходы (прибыль) | Расходы (убытки) | Доходы (прибыль) | Расходы (убытки) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Чистая выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг) | 010 | 6077526 | х | 25751599 | х |
| Себестоимость реализованной продукции (товаров, работ и услуг) | 020 | х | 3964147 | х | 17 621 488,00 |
| Валовая прибыль (убыток) от реализации продукции (товаров, работ и услуг) (стр.010-020) | 030 | 2 113 379,00 | 0,00 | 8 130 111,00 | 0,00 |
| Расходы периода, всего (стр.050+060+070+080), в том числе: | 040 | х | 2 714 096,00 | х | 5 007 653,00 |
| Расходы по реализации | 050 | х | 1 616 270,00 | х | 2 533 053,00 |
| Административные расходы | 060 | х | 1 029 406,00 | х | 1 899 785,00 |
| Прочие операционные расходы | 070 | х | 68 420,00 | х | 574 815,00 |
| Расходы отчетного периода, вычитаемые из налогооблагаемой прибыли в будущем | 080 | х | | х | |
| Прочие доходы от основной деятельности | 090 | 47 732,00 | х | 142 255,00 | х |
| Прибыль (убыток) от основной деятельности (стр.030-040+090) | 100 | 0,00 | 552 985,00 | 3 264 713,00 | 0,00 |
| Доходы от финансовой деятельности, всего (стр.120+130+140+150+160), в том числе: | 110 | 230 658,00 | х | 5 574 893,00 | х |
| Доходы в виде дивидендов | 120 | | х | | х |
| Доходы в виде процентов | 130 | | х | | х |
| Доходы от финансовой аренды | 140 | | х | | х |
| Доходы от валютных курсовых разниц | 150 | 230 658,00 | х | 5 574 893,00 | х |
| Прочие доходы от финансовой деятельности | 160 | | х | | х |
| Расходы по финансовой деятельности (стр.180+190+200+210), в том числе: | 170 | х | 1 320 519,00 | х | 7 291 110,00 |
| Расходы в виде процентов | 180 | | 443 452,00 | | 1 630 897,00 |
| Расходы в виде процентов по финансовой аренде | 190 | х | | х | |

Продолжение приложения В

Продолжение таблицы В.1

| | | | | | |
|--|-----|------|--------------|--------------|--------------|
| Убытки от валютных курсовых разниц | 200 | х | 877 067,00 | х | 5 660 213,00 |
| Прочие расходы по финансовой деятельности | 210 | х | | х | |
| Прибыль (убыток) от общехозяйственной деятельности (стр.100+110-170) | 220 | 0,00 | 1 642 846,00 | 1 548 496,00 | 0,00 |
| Чрезвычайные прибыли и убытки | 230 | | | | |
| Прибыль (убыток) до уплаты налога на прибыль (стр.220+/-230) | 240 | 0,00 | 1 642 846,00 | 1 548 496,00 | 0,00 |
| Налог на прибыль | 250 | х | | х | |
| Прочие налоги и другие обязательные платежи от прибыли | 260 | х | 66,00 | х | |
| Чистая прибыль (убыток) отчетного периода (стр.240-250-260) | 270 | 0,00 | 1 642 912,00 | 1 548 496,00 | 0,00 |

Приложение Г
Затраты ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 гг.

Таблица Г.1 – Затраты ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 гг. (млн. сум.)

| Показатель | Показатель | | | Изменение | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|
| | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | 2021-2020 гг. | | 2020-2019 гг. | | 2021-2019 гг. | |
| | | | | Абс.изм(+/-) | Темп прироста,% | Абс.изм(+/-) | Темп прироста,% | Абс.изм(+/-) | Темп прироста,% |
| Сырье и материалы | 28315 | 29631 | 31460 | 1829 | 94,18 | 1316 | 95,55 | 3145 | 11,1 |
| Добавочные материалы | 1832 | 1927 | 2249 | 322 | 11,6 | 95 | 10,5 | 417 | 12,2 |
| Затраты на анализ и производство продукции | 318 | 364 | 292 | -72 | 80,21 | 46 | 11,4 | 26 | 91,8 |
| Средняя заработная плата | 2500 | 2700 | 3200 | 500 | 18,5 | 200 | 10,8 | 700 | 12,8 |
| Отчисления | 9246 | 10248 | 12649 | 2401 | 13,6 | 1002 | 11,0 | 3403 | 13,0 |
| Расходы на амортизацию оборудования | 2149 | 1934 | 2234 | 300 | 11,5 | -215 | 18,9 | 85 | 10,3 |
| Вложения в производство продукции | 6125 | 7264 | 7129 | -135 | -98,1 | 1139 | 11,8 | 1004 | 13,24 |
| Электричество | 2549 | 3124 | 3394 | 270 | 10,8 | 575 | 12,2 | 845 | 13,3 |
| Отопление | 586 | 490 | 575 | 85 | 11,7 | -96 | 83,61 | -11 | 98,12 |
| Полотна | 95 | 85 | 80 | -5 | -94,11 | 10 | 84,47 | 15 | 84,21 |
| Амортизация | 361 | 415 | 521 | 106 | 12,5 | 54 | 11,4 | 160 | 14,4 |
| Всего расходов | 54076 | 58182 | 63783 | 5601 | 176,38 | 4126 | 361,63 | 9789 | 374,47 |

Приложение Д
Структура затрат ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 гг

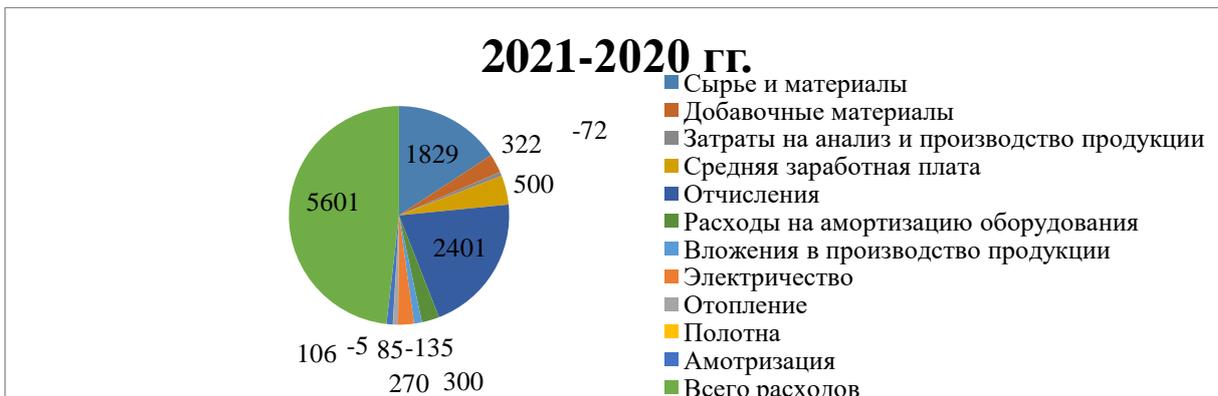


Рисунок Д.1 – Структура затрат ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 гг., %

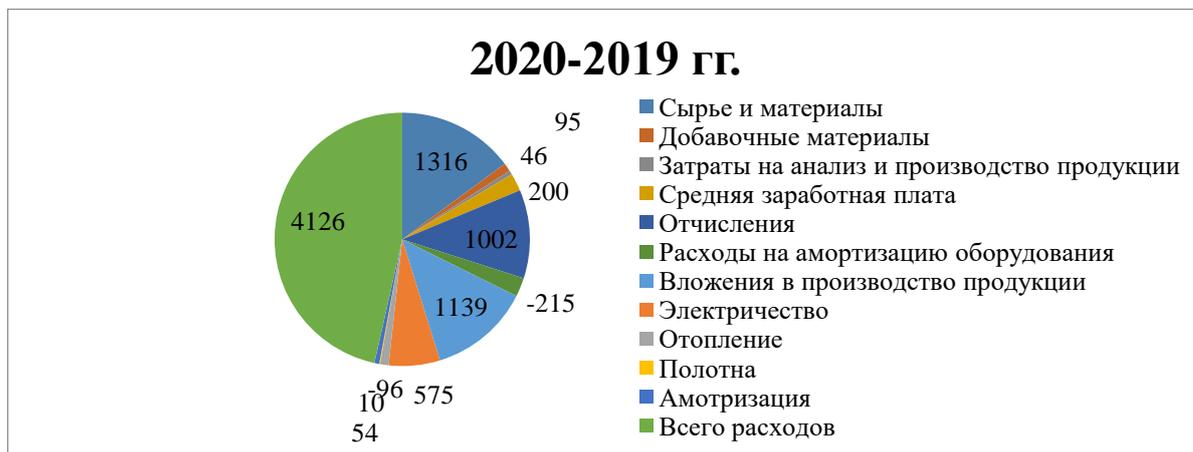


Рисунок Д.2 – Структура затрат ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 гг., %



Рисунок Д.3 – Структура затрат ООО «MARK FORMELLE IT» за 2019 — 2021 гг., %

Приложение Е
SWOT – анализ ООО «MARK FORMELLE IT»

Таблица Е.1 – SWOT – анализ ООО «MARK FORMELLE IT»

| Возможности | S | Сильные стороны |
|--|---|---|
| 1 | № | 2 |
| Высокое качество выпускаемых товаров | 1 | Незначительное количество претензий/возврата товаров |
| Использование более совершенных технологий, современных средств коммуникации | 2 | Наличие на предприятии комнаты для молитвы |
| Широкий спрос на продукцию оптово-розничных компаний | 3 | Ассортимент предлагаемых товаров |
| Рост платежеспособности клиентов | 4 | Количество поставщиков |
| Повышение культуры общения продавцов с клиентами | | Скидочные купоны, акции для постоянных клиентов |
| Постоянное внедрение и освоение новых технологий в обслуживании клиентов | | |
| Угрозы | W | Слабые стороны |
| Возможность появления новых конкурентов и усиления позиций уже существующих | 1 | Низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия и высокие издержки |
| Изменения в предпочтениях потребителей | 2 | Неиспользование маркетингового инструментария в текущей работе |
| Возрастающее конкурентное давление, расширение сети конкурентов | 3 | Отсутствие системы вентиляции |
| Расширение товарного ассортимента конкурентами | 4 | Низкая культура общения персонала с потребителями |
| Активная рекламная компания конкурентов. | 5 | Высокий уровень цен по отношению к конкурентам |

Приложение Ж
Описание мероприятий по снижению себестоимости готовых изделий
предприятия ООО «MARK FORMELLE IT»

Таблица Ж.1 – Описание мероприятий по снижению себестоимости готовых изделий предприятия ООО «MARK FORMELLE IT»

| Наименование | Финансовые вложения необходимые для реализации мероприятий | Экономия получаемая при реализации мероприятий (сум, час, шт, %) | Изменение процесса производства, должностных инструкций |
|---|--|---|--|
| Увеличение сменности для рабочего персонала. | Нулевые | Увеличение выпуска готовой продукции на 65%. | С сотрудниками отдела кадров совместно с плановым отделом подготовить необходимую документацию согласно ТК РУз. Разработать локально - нормативные акты. |
| Внедрение мотивации для производительности труда | Нулевые | Снижение бракованных изделий. Стимулирование сотрудников на высокие результаты. | Мастерам производственных участков совместно с отделом по работе с персоналом разработать систему мотивации/демотивации. |
| Автоматизация производственного процесса путем внедрения программы «Лиса» | За счет собственных сид предприятия | Позволяет точное планирование производства и отслеживание плана. И исходя из этого высчитывать первоначальную мотивацию сотрудника. | Отделу информационных технологий установить программу мастерам участков, отделу по работе с персоналом бухгалтерии для выгрузки данных. Обучить данный персонал пользоваться программой. |
| Использование скоростного современного оборудования | 160188 тыс.сум | Позволяет экономить время производство изделий, сокращает количество брака | Отделу снабжения закупить необходимое оборудование. Обучить механиков ремонту и обслуживания нового оборудования. |
| Смена поставщика полотна и фурнитуры | Нулевые | Сокращает расходы на полотно на 40% | Менеджеру ВЭД подготовить необходимые документы для заключения контракта с новым поставщиком полотна. |