

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

Институт финансов, экономики и управления
(институт, факультет)
Менеджмент организации
(кафедра)

38.03.02 «Менеджмент»
(код и наименование направления подготовки)

Производственный менеджмент
(наименование профиля)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: «Разработка мероприятий по совершенствованию использования
производственных мощностей (на примере предприятия ООО
«Афисионадо»)»

Студент	<u>Э.Р. Емелина</u> (И.О. Фамилия)	_____	(личная подпись)
Руководитель	<u>к.э.н., доцент С.Ю. Данилова</u> (И.О. Фамилия)	_____	(личная подпись)
Консультант	<u>к.п.н С.А. Гудкова</u> (И.О. Фамилия)	_____	(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой «Менеджмент организации»
канд. экон. наук С.Е. Васильева

(личная подпись)

«___» _____ 2017 г.

Тольятти 2017

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнила студент Э.Р. Емелина.

Тема выпускной квалификационной работы: «Разработка мероприятий по совершенствованию использования производственных мощностей предприятия (на примере предприятия ООО «Афисионадо»).

Научный руководитель: доцент кафедры «Менеджмент организации» С.Ю. Данилова.

Данная выпускная квалификационная работа направлена на поиск способов и методов совершенствования использования производственных мощностей предприятия.

Цель исследования - разработка организационно-технических мероприятий по совершенствованию использования производственной мощности предприятия.

Объект исследования - ООО «Афисионадо», основным видом деятельности является пошив нательного белья для мужчин, женщин, детей подросткового и ясельного возрастов.

Методы исследования – синтез, анализ, прогнозирование, дедукция, индукция.

Предметом исследования является совершенствование использования производственной мощности предприятия.

В первой главе данной выпускной квалификационной работы были изучены понятие и сущность производственных мощностей и производственной программы предприятия и пути совершенствования использования производственных мощностей предприятия в современных условиях.

Во второй главе была дана организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «Афисионадо» и был проведен анализ использования производственных мощностей исследуемого предприятия.

В третьей главе, по результатам исследования проведенного во второй разделе выпускной квалификационной работы, были предложены организационно – технические мероприятия по совершенствованию использования производственных мощностей предприятия.

Практическая значимость работы заключается в том, что отдельные её положения в виде материала подраздела 2.2, раздела 3и приложений могут быть использованы специалистами коммерческих организаций в целях совершенствования использования производственной мощности предприятия.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка литературы из 50 источников и приложений. Общий объем работы без приложений 86 страниц машинописного текста, в том числе таблиц - 28, рисунков –16.

ABSTRACT

The title of the bachelor's thesis is Development of Measures to Improve Production Capacity of the Enterprise (by the Example of Afisionado, OOO).

This bachelor's thesis is aimed at finding ways and methods to improve the use of production capacity of the enterprise.

The aim of the work is to develop organizational and technical measures to improve the use of the production capacity of the enterprise.

The object of the research is Afisionado, OOO, whose activity is sewing underwear for men, women, teenagers, and toddlers.

In the first chapter of this work, the author considers the concept and essence of production capacity and the production program of industrial enterprises and ways of improving the use of production capacities of enterprises under modern conditions.

In the second chapter, the organizational and economic characteristics of the company Afisionado, OOO were given, and the analysis of the use of the production capacities of the enterprise under study was carried out.

In the third chapter, the author proposes measures to improve the capacity utilization of the enterprise.

Methods of research were synthesis, analysis, forecasting, deduction, induction.

The practical importance of the work lies in the further use by specialists of for-profit organizations in order to improve the use of the production capacity of the enterprise.

This work consists of introduction, 3 chapters, conclusion, the list of 50 references, including 5 foreign sources. The total amount of work, excluding appendices, is 86 pages of typewritten text, including 28 tables, 16 figures.

Содержание

Введение	6
1 Теоретические аспекты использования производственных мощностей предприятия.....	8
1.1 Понятие и сущность производственных мощностей и производственной программы предприятия	8
1.2 Пути совершенствования использования производственных мощностей предприятия в современных условиях	14
2 Анализ использования производственной мощности предприятия ООО «Афисионадо».....	24
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия	24
2.2 Оценка производственной мощности предприятия на базе анализа производственной программы.....	35
3 Разработка мероприятий по совершенствованию использования производственных мощностей предприятия ООО «Афисионадо»	54
3.1 Мероприятия по оптимизации ассортиментной политики и процесса использования имеющихся производственных мощностей	54
3.2 Расчет экономической эффективности	68
Заключение	74
Список используемой литературы	79
Приложения	80

Введение

В условиях рыночной экономики любое предприятие ставит своей главной задачей получение прибыли и удовлетворение общественных потребностей. В ходе своей деятельности с целью достижения поставленных целей предприятие должно анализировать и планировать свою деятельность, чтобы оптимизировать производственный процесс, соответствие затрат и доходов, выявить слабые стороны и резервы повышения эффективности работы. С целью анализа процесса производства предприятие вводит понятие производственной мощности [25].

Производственная мощность - один из основных показателей деятельности предприятия. В расчете производственной мощности предприятия включается всё оборудование, закреплённое за основными производственными цехами, за исключением резервного, опытных участков и специальных участков для обучения рабочих; культурно-технический уровень кадров и их отношение к труду; достигнутый уровень выполнения норм времени.

Производственная мощность является исходным пунктом планирования производственной программы предприятия. Определение величины производственной мощности и ее использования занимает ведущее место в выявлении и оценке резервов производства [24].

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка мероприятий по совершенствованию использования производственных мощностей предприятия.

В соответствии с данной целью в ходе работы для решения поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты совершенствования использования производственных мощностей предприятия;
- рассмотреть понятие и сущность производственных мощностей и производственной программы предприятия и пути совершенствования

использования производственных мощностей предприятия в современных условиях;

- проанализировать технико-экономические показатели предприятия ООО «Афисионадо»;
- проанализировать использование производственных мощностей предприятия ООО «Афисионадо»;
- разработать мероприятия по совершенствованию использования производственной мощности предприятия ООО «Афисионадо».

Для решения выше перечисленных задач была использована годовая бухгалтерская отчетность ООО «Афисионадо» за 2013-2015 г.г.

Объектом исследования является ООО «Афисионадо», основным видом деятельности является пошив нательного белья для мужчин, женщин, детей подросткового и ясельного возрастов.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является эффективность использования производственной мощности предприятия и поиск путей совершенствования ее использования.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы являются результаты деятельности предприятия ООО «Афисионадо». Работа написана на базе учебной литературы, периодической литературы и статистических данных предприятия, с использованием законодательных актов, положения и инструкций.

Информационной базой исследования послужили нормативные документы, материалы монографий и периодической печати, сведения, полученные в результате анализа деятельности предприятий, данные первичной отчетности предприятия ООО «Афисионадо».

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованной литературы, приложений. В работу включены 30 таблиц, 16 рисунков (схем), формулы. Библиографический список включает 50 наименований.

1 Теоретические аспекты использования производственных мощностей предприятия

1.1 Понятие и сущность производственных мощностей и производственной программы предприятия

Самым важным разделом плана предприятия считается план производства и реализации продукции или производственная программа.

На промышленных предприятиях производственная программа формируется за счет государственных заказов, заказов от потребителей и спроса, который выявлен в процессе мониторинга рынка.

Производственная программа промышленного предприятия основывается на объеме продаж, номенклатуре и ассортименте выпускаемой продукции, а так же за счет ее качества, прибыльности и показателя рентабельности.

Производственная программа предприятия детерминирует план по использованию производственных мощностей, вызванный потребностью в материальных ресурсах, персонале и транспорте.

Мероприятия по разработке производственной программы ведутся по следующему алгоритму:

- проводится анализ рынка, маркетинговым отделом или другим структурным подразделением организации;
- определяется номенклатура производства и ассортимент выпускаемой продукции, объемы поставок в натуральном и денежном выражении. Далее разрабатывается план объемов поставок по потребителям выпускаемой продукции;
- определяются объемы производства каждого изделия на основе плана объема поставок продукции и изменения остатков нереализованной продукции в плановом периоде на его начало и конец;

— рассчитываются балансы производственных мощностей по ведущим подразделениям таким как, группы оборудования, участки, цеха, по предприятию в целом;

— рассчитывается товарная и реализованная продукция в денежном эквиваленте, исходя из объемов производства промышленного предприятия в натуральном выражении.

Следующим этапом является составление графика отгрузки продукции по срокам, которые указаны в договорах с потребителями.

Расчет производственной программы производится в натуральных, условно-натуральных, трудовых и стоимостных показателях.

Выпуск продукции планируется в натуральном выражении, для того чтобы сопоставить выпуск конкретных видов продукции с потребностями заказчика, с производственными мощностями, которыми располагает предприятие, потребностью в материальных, денежных, финансовых и трудовых ресурсах, необходимых для производства продукции.

Натуральные показатели не всегда позволяют определить объем и структуру производства, произвести расчет затрат, определить доход и прибыльность предприятия. Для расчета данных показателей необходимо рассчитать производственную программу в денежном эквиваленте (рисунок 1.1).

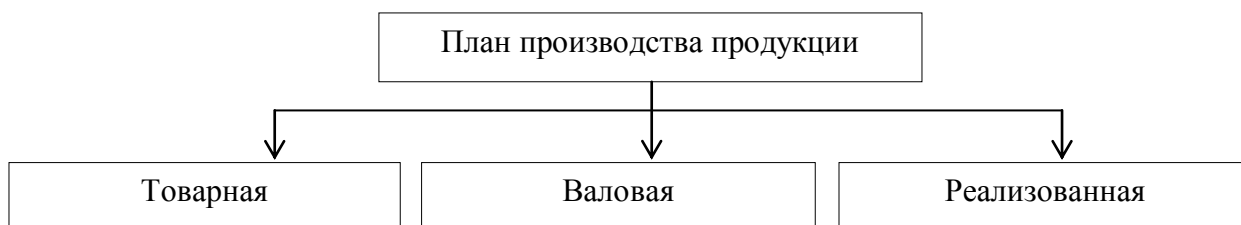


Рисунок 1.1 – Состав плана производства продукции в стоимостном выражении

Товарная продукция это продукция, которая является базой для расчета валовой и реализованной продукции,предназначенная с целью ее последующего сбыта.

В свою очередь валовая продукция является стоимостьюобобщенного результата производственной деятельности организации за конкретный анализируемый период.

Реализованной считается та продукция, которая оплачена потребителем или организацией - заказчиком.

Производственная программа является не только планом для расчета производства структурных подразделений предприятия,но и устанавливает объем выпуска конечной продукции.

Исходя из расчетов плана производства структурных подразделений, в которые входят отдельные цеха, корпуса, производства, участки, а также поточные линии, помимо объема товарной продукции, которая необходима для обеспечения плана продаж, учитывается еще и потребность в изменениях межцеховых и внутрицеховых заделов незавершенного производства.

Производственная программа предприятия обеспечивает выполнение плана продаж в определенном периоде, исходя из имеющихся возможностей и ресурсного обеспечения предприятия.

Основным фактором производства, за счет которогоопределяется производственная программа, является его производственные мощности.

Производственная мощность предприятия отображает выпуск продукции за год, который максимально может позволить себе предприятие, исходя из имеющихся у него средств труда в соответствии с выбранной специализацией, организацией производства и режимом его работы.

Производственная мощность и производственная программа взаимосвязаны между собой и зависят напрямую друг от друга. Их взаимосвязь представлена на рисунке 1.2.

Производственная мощность

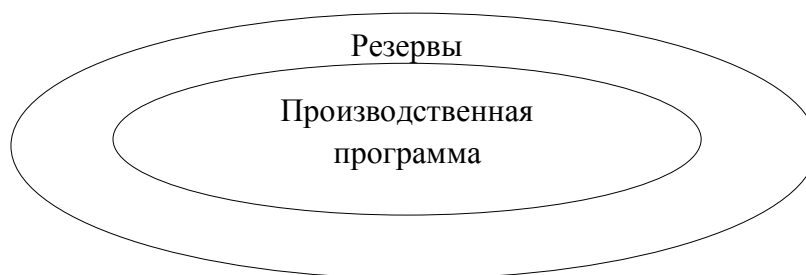


Рисунок 1.2 - Зависимость производственной мощности от производственной программы предприятия

Основными отличиями производственных мощностей от производственной программы предприятия можно обозначить резервы предприятия, так как производственная программа показывает степень использования производственной мощности.

Вместе с понятием «производственная мощность» употребляется понятие «пропускная способность», которое характеризует максимально возможный выпуск продукции, исходя из характеристик используемого оборудования. Пропускная способность оборудования рассчитывается на определенный период времени, а производственная мощность структурных единиц производства рассчитывается строго на год. Для того, чтобы рассчитать производственную мощность предприятия используют следующие показатели (рисунок 1.3)

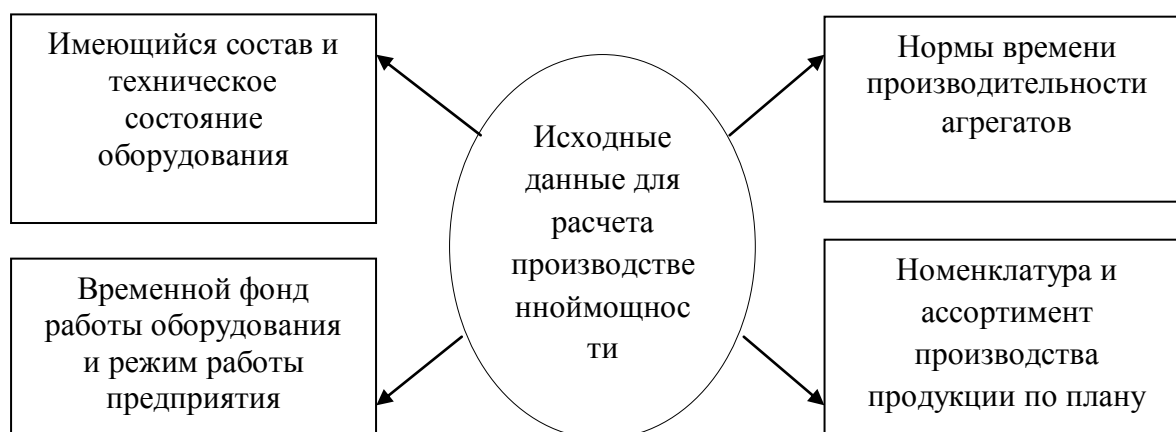


Рисунок 1.3 - Показатели для расчета мощности

1. Имеющийся состав и техническое состояние оборудования, а также данные о располагаемых производственных площадях. Состав оборудования по его эксплуатационному состоянию представлен на рисунке 1.4. В расчеты производственной мощности предприятий включаются все имеющееся оборудование основного производства (в том числе ремонтируемое, неисправное и модернизированное) за исключением оборудования, находящегося в резерве и оборудования НИОКР.



Рисунок 1.4–Различие состава оборудования по его эксплуатационным свойствам

2. Технические нормы производительности оборудования и трудоемкости выпускаемой продукции. На рисунке 1.5 представлены нормы производительности оборудования. Исходя из расчета производственной мощности, только строящихся предприятий, в основу расчета берутся паспортные нормы мощности оборудования, а для уже функционирующих предприятий за основание берутся показатели производительности

оборудования, но тех, которые не ниже заданной в паспорте производительности.

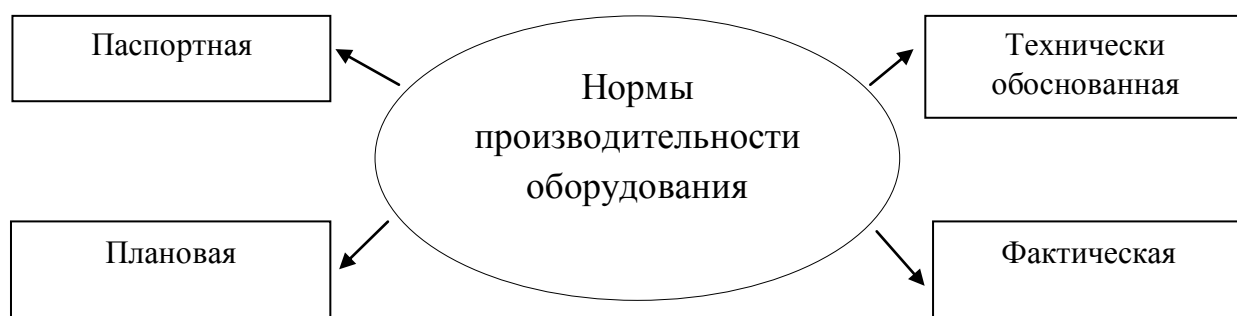


Рисунок 1.5 - Нормы времени производительности агрегатов

3. Временной фонд работы оборудования и режим работы предприятия. Структура годового фонда времени работы оборудования представлена на рисунке 1.6.

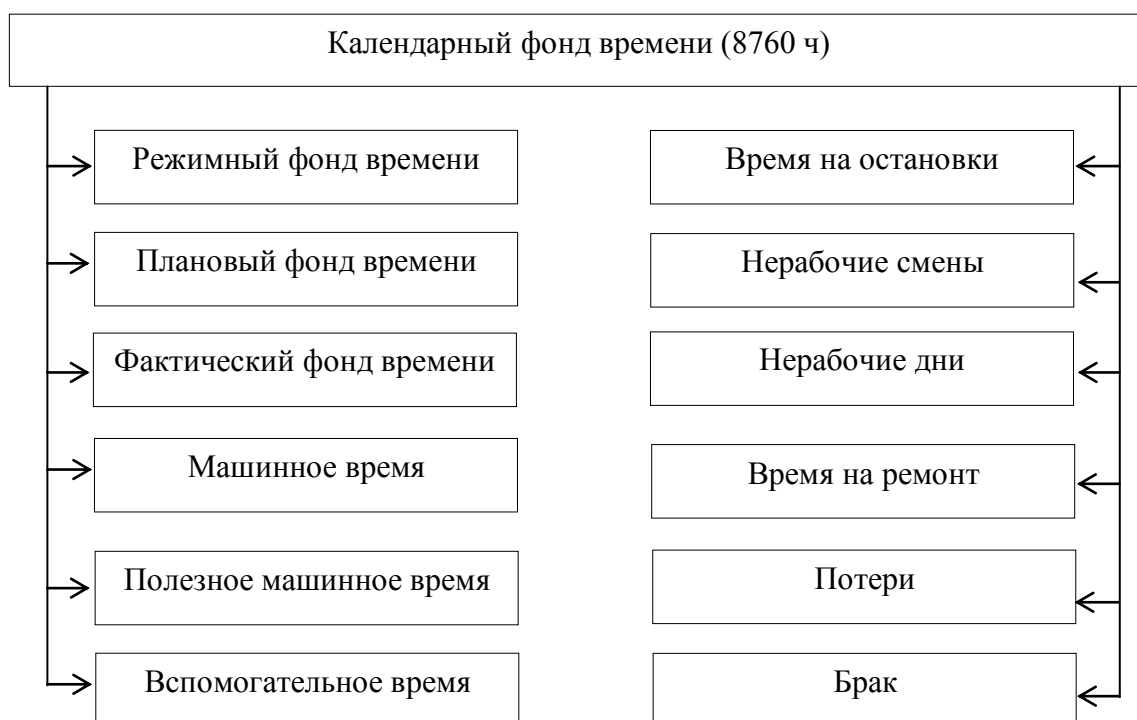


Рисунок 1.6 – Временной фонд работы оборудования

4. Номенклатура и ассортимент производства продукции по производственной программе. Различают следующие виды номенклатуры выпускаемой продукции (рисунок 1.7).

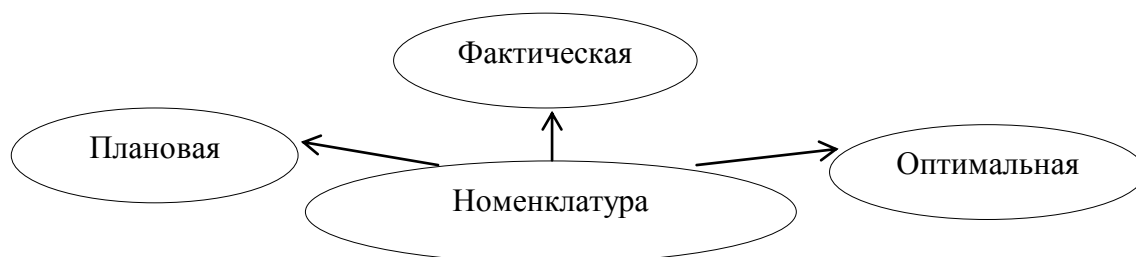


Рисунок 1.7 - Виды номенклатуры выпускаемой продукции

Плановая номенклатура и ассортимент производимой продукции принимаются за основные показатели при определении производственной мощности предприятия. При исчислении среднегодовой производственной мощности они учитываются в полном размере.

В неавтоматизированных цехах на предприятиях важнейшим фактором, который определяет величину производственной мощности, является размер производственной площади, которой располагает предприятие.

1.2 Пути совершенствования использования производственных мощностей предприятия в современных условиях

Для выявления путей совершенствования использования производственных мощностей предприятия, проводится анализ производственной программы, исходя из маркетингового плана, из финансовых возможностей предприятия и трудовых ресурсов, после чего на основе результатов проведенного анализа реализуется ряд эффективных мероприятий.

Показателями производственной программы являются номенклатура выпускаемой продукции и ее ассортимент, которые выражены в натуральных единицах или денежном эквиваленте (таблица 1.1).

Таблица 1.1- Показатели производственной программы

Натуральные измерители	Стоимостные измерители	Трудовые измерители
1) простые натуральные; 2) двойные натуральные; 3) условно-натуральные	1) Q валовой продукции; 2) Q производства; 3) Q товарной продукции; 4) Q реализуемой продукции; 5) Q чистой и условно-чистой продукции	1) нормы трудоемкости производственной программы; 2) выполнение производственной программы по факту

Объем производства товарной продукции:

$$VTP = GP + C_{пф} + C_{пу} + C_{ин}, \quad (1.1)$$

где GP – стоимость готовой продукции, которая предназначена для реализации потребителю;

$C_{пф}$ – стоимость полуфабрикатов;

$C_{пу}$ – стоимость работ и услуг промышленного характера;

$C_{ин}$ – стоимость инструментов и приспособлений для собственного производства.

Объем валовой продукции:

$$VBP = VTP + (C_{o2} - C_{o1}), \quad (1.2)$$

где C_{o1} , C_{o2} – стоимость остатков полуфабрикатов собственного производства и незавершенного производства а анализируемом периоде;

Показатели чистой продукции и добавленной стоимости рассчитываются исходя из собственного вклада предприятия в конечный результат деятельности.

Объем чистой продукции:

$$VCP = \Phi OT + O_{сн} + ПР, \quad (1.3)$$

где ΦOT - фонд оплаты труда;

$O_{сн}$ -размер отчислений на социальные нужды;

$ПР$ - прибыль организации.

Размер добавленной стоимости (C_d) по предприятию является частью стоимости продукции, приращённой на данном предприятии, и включает в себя:

$$C_d = \Phi OT + O_{сн} + A + ПР, \quad (1.4)$$

где A – начисленная амортизация.

Результатирующим показателем производственной программы является объем реализованной продукции, которая уже принятой и оплаченной заказчиками и/или поступившая в сферу потребления.

Выручка от реализации ($V_{реал}$) может быть рассчитана по следующей формуле:

$$V_{реал} = \sum_1^m Q \times Ц, \quad (1.5)$$

где Q – объем реализованной продукции в натуральном выражении;

$Ц$ – цена реализации единицы продукции.

Результативным показателем деятельности предприятия является показатель прибыли.

Размер полученных денежных средств называется валовой прибылью:

$$ПР = B - C/C, \quad (1.6)$$

где C/C – себестоимость.

Прибыль от реализации выпускаемой продукции составляет 90-95% балансовой прибыли предприятия и является равной валовой прибыли.

Основной задачей при составлении плана производства является утверждение расчетов состояния производства – может ли оно производить необходимое количество продукции с требуемым качеством в заданные сроки. Поэтому для реализации производственной программы необходимо спланировать производственные мощности.

В настоящее время существует единой методики анализа использования производственных мощностей предприятия. Большинство

авторов, связывают анализ производственной мощностис анализом использования основных производственных фондов. Эффективность работы оборудования, в конечном итоге, считают за результативный показатель производственной мощности предприятия. Основное внимание при анализе производственной мощности уделяется характеристикамиспользуемого оборудования организацией, в том числе незадействованного в производстве по причинам ремонта, неисправности, модернизации.

Данные, используемыедля расчета производственной мощности:

- производственное оборудования и его количество по видам;
- режимы работы оборудования и использования производственных площадей, находящихся в распоряжении предприятия;
- нормы производительности оборудования и трудоемкости изделий;
- квалификация персонала, задействованных в производстве;
- планируемая номенклатура и ассортимент производимой продукции, которые напрямую влияют на трудоемкость продукции при заданном составе парка оборудования.

Производственная мощность (*ПМ*) предприятия (цеха) в общем виде может быть рассчитана по формуле:

$$ПМ = \frac{t_{эф}}{t_{ед}}, \quad (1.8)$$

где $t_{эф}$ — эффективный фонд времени работы производства (цеха);

$t_{ед}$ — трудоемкость изготовления единицы изделия.

Первым этапом расчета производственной мощности предприятия является расчет пропускной способности агрегатов или групп оборудования.

На производстве различают следующие виды агрегатов:

- агрегаты периодического действия;
- агрегаты предметно-специализированные;
- агрегаты с технологической специализацией.

Производственная мощность цеха, участка, который оснащен только предметно-специализированным оборудованием (ткацкие станки, прядильные станки и т. п.), рассчитывается по формуле:

$$ПМ = П_{час} \times ФРО_{пл} \times ПО, \quad (1.9)$$

где $ПМ$ – производственная мощность;

$П_{час}$ – часовая производительность оборудования;

$ФРО_{пл}$ – плановый фонд времени работы 1 агрегата анализируемый период, час;

$ПО$ – среднегодовой парк используемого оборудования, который учитывается при расчете производственной мощности.

Производственную мощность машин периодического действия можно рассчитать по формуле:

$$ПМ = M \times ФРО_{пл} / T_{цик}, \quad (1.10)$$

где $ПМ$ – производственная мощность;

M – вес сырых материалов, кг;

$T_{цик}$ – время цикла переработки сырья, час.

На основании данных о временном фонде, ритме или такте и/или работы конвейера рассчитывается производственная мощность цехов массового и крупносерийного производства:

$$ПМ = ФРО_{пл} / t_{эн}, \quad (1.11)$$

где $ПМ$ – производственная мощность;

$t_{эн}$ – такт выхода готовых изделий с конвейера, мин.

Производственная мощность при однотипном парке оборудования (текстильная фабрика) определяется по формуле:

$$ПМ = ФРО_{пл} / t_{ед} \times ПО, \quad (1.12)$$

где $t_{ед}$ – затраты времени на изготовление единицы продукции, час.

Производственная мощность для агрегатов, станков с технологической специализацией определяется с помощью выявления потребности в станко-часах по заданным агрегатам.

Расчеты по площадям проводятся только по цехам, объем выпуска продукции которых, исчисляется путем расчета размера производственной площади, которой располагает предприятие.

Пропускная способность оборудования по производственным площадям рассчитывается по следующей формуле:

$$P_{пл} = S_n \times \Phi P O_{пл}, \quad (1.13)$$

где $P_{пл}$ – пропускная способность оборудования по площадям;

S_n – производственная площадь исследуемого объекта, м²;

В некоторых учебниках по экономике организации используется методика, где в расчет производственной мощности введен коэффициент производственной мощности, который рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{нм} = \frac{V_{\phi}}{ПМ_{ср}} \quad (1.14)$$

где V_{ϕ} – фактический объем производства продукции;

$ПМ_{ср}$ – среднегодовая производственная мощность предприятия.

Для характеристики степени использования пассивной части основных фондов рассчитывается показатель выхода продукции на 1 м² производственной площади. Повышение уровня показателя «выход продукции на 1 м² производственной площади» приводит к увеличению объема производства продукции и снижению ее полной себестоимости.

Существует ряд факторов, влияющих на изменение выработки технологического оборудования, данные факторы представлены на рисунке 1.8.

Выявить проблемы производительности оборудования и факторов, влияющих на эффективность работы используемого оборудования, можно лишь посредством расчета ряда коэффициентов, которые характеризуют интенсивность работы оборудования, загрузку оборудования, коэффициент полезного использования оборудования.

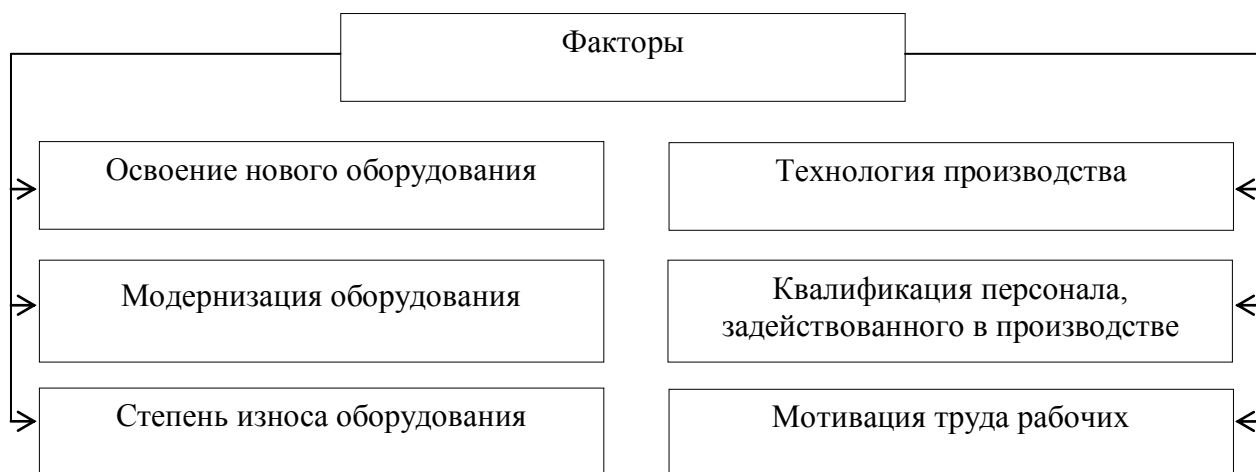


Рисунок 1.8 – Факторы, влияющие на изменение выработки технологического оборудования

Показатель эффективности производства «фондоотдача», используется для определения результата хозяйственной деятельности предприятия, планирования капитальных вложений, ввода в эксплуатацию основных производственных фондов и производственной мощности предприятия, и рассчитывается по формуле:

$$\Phi_{om} = \frac{ОП}{ОФ_{cp}} \quad (1.15)$$

где Φ_{om} - фондоотдача;

$ОП$ - объем продукции в денежном эквиваленте;

$ОФ_{cp}$ - среднегодовая стоимость основных производственных фондов.

Для того, чтобы рассчитать производственную мощность предприятия используют ряд коэффициентов.

Степень использования производственной мощности в целом по предприятию определяется по следующей формуле:

$$КПМ_{исп} = V_{\phi} / ПМ_{cp} , \quad (1.14)$$

Интенсивностью загрузки оборудования принято считать объем производства продукции за единицу времени в среднем на один агрегат.

Коэффициент интенсивной его загрузки является показателем интенсивной работы оборудования:

$$K_{инт} = ЧВ_{ф.} / ЧВ_{пл.}, \quad (1.15)$$

где $ЧВ_{ф.}$ - фактическая выработка оборудования за 1 машино-час;

$ЧВ_{пл.}$ – плановая выработка оборудования за 1 машино-час.

Коэффициент интегральной загрузки является обобщающим показателем, который системно характеризует использование оборудования, рассчитывается по формуле:

$$K = K_n \times K_{инт}, \quad (1.16)$$

где K_n – коэффициент использования планового временного фонда;

$K_{инт}$ – коэффициент интенсивной загрузки.

Уровень цело сменного использования оборудования характеризует коэффициент сменности ($K_{см}$), который определяется по формуле:

$$K_{см} = T_p / C_{max}, \quad (1.17)$$

где T_p – фактически отработанное число станко-смен за анализируемый период;

C_{max} – максимально возможное отработанное число станко-смен за одну смену анализируемого периода.

Степень привлечения наличного оборудования в производство характеризуют следующие коэффициенты:

Коэффициент использования парка наличного оборудования:

$$K_n = \sum O_d / O_n, \quad (1.18)$$

где O_d – действующее оборудование;

O_n – оборудование, имеющееся в наличии.

Коэффициент использования парка установленного оборудования:

$$K_y = \sum O_d / \sum O_y, \quad (1.19)$$

где O_y – установленное оборудование;

Доля оборудования, сданного в эксплуатацию:

$$D_{\circ} = \sum O_y \times 100 / H_{об}, \quad (1.20)$$

Основным резервом повышения эффективности использования производственных мощностей действующих российских предприятий, является сокращение времени внутрисменных простоев рабочего оборудования, которые на всех промышленных предприятиях достигают 15-20% от всего временного фонда времени работы оборудования.

Уровень использования производственных мощностей и основных производственных фондов зависит от совершенствования системы морального и материального стимулирования.

Многие предприятия не планируют объем использования резервов производственных мощностей, а опираются на плановые показатели, усложняя тем самым учет необходимых для достоверного анализа производственных мощностей данных.

Основными путями совершенствования использования производственных мощностей предприятия можно обозначить:

- сокращение уровня затрат рабочего времени на производство единицы изделия;
- сокращение уровня затрат вспомогательного времени;
- сокращение временных потерь в работе агрегатов.

Реализация данных мероприятий подразумевает внедрение новой техники и технологии, модернизацию действующего оборудования и совершенствование организации труда и производства.

Совершенствование использования площади предприятия, задействованной в производстве, достигается за счет:

- освобождения производственной площади, от вспомогательных и обслуживающих участков, и оснащение их незадействованным, но необходимым в производстве оборудованием;

- внедрение передовых методов организации производства и увеличение тем самым выпуска продукции на 1 м² производственной площади.

Таким образом, анализ и пути совершенствования использования производственных мощностей рассчитываются и применяются индивидуально для каждого предприятия (участка, цеха). Использование комплексной методики анализа использования производственной программы предприятия, позволит руководству фирмы детально изучить производственные мощности предприятия и эффективно использовать резервы предприятия на каждом этапе производства.

2 Анализ использования производственной мощности предприятия ООО «Афисионадо»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Афисионадо», краткое наименование ООО «Афисионадо». Данное предприятие было зарегистрировано Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №2 по Самарской области 26 января 2006 года с присвоением ОГРН 1066320007665, ИНН 6321162340, КПП 632101001, ОКПО 93584488, ОКАТО 36440363000.

Классификация для предприятия ООО «Афисионадо» по справочнику ОКВЭД представлена в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Сведения о видах экономической деятельности по Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности

№ п/п	Код согласно ОКВЭД	Вид деятельности
Основной вид деятельности		
1.	13.92	Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды
2.	14.14	Производство нательного белья
3.	14.14.2	Производство нательного белья из тканей

Основным видом деятельности предприятия ООО «Афисионадо» является производство и реализация швейно-трикотажной продукции как для физических, так и для юридических лиц.

Основной целью, которую ставит перед собой предприятие является достижение максимального уровня прибыльности от производства и реализации производимой продукции за счет удовлетворения потребностей потребителей.

Главной задачей предприятия ООО «Афисионадо» является выпуск качественных и конкурентоспособных швейных изделий, которые пользуются спросом у потребителей.

Предприятие ООО «Афисионадо» производит следующий ассортимент продукции:

Бельевой трикотаж из х/б полотна (набивного и гладко крашенного):

- для мужчин – нижнее нательное белье;
- для женщин – нижнее нательное белье, комплекты для дома и сна, халаты;
- для детей – майки, трусы, футболки, комплекты, халаты махровые;
- ясельное белье – ползунки, рубашки, водолазки, чепчики, комплекты, комбинезоны.

Первым этапом в анализе рынка швейной продукции предприятия ООО «Афисионадо» является определение потребительских предпочтений. Данный анализ предполагает выявление продукции предприятия ООО «Афисионадо», которая пользуется наибольшим спросом. Результаты данного анализа представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Доля потребляемого бельевого трикотажа предприятия ООО «Афисионадо» за период 2013-2015 г.г.

№ п/п	Показатели	2013 г.		2014 г.		2015 г.		Отклонение, тыс. руб.	
		Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	2014/2013	2015/2014
1.	Объем производства, тыс. руб.	9 867	100	1 6838	100	16 353	100	6 971	-485
2.	В том числе: Для женщин	1 973,4	20	3 367,6	20	3 270,6	20	1 394,2	-97
3.	Для мужчин	1 480,05	15	2 862,46	17	3 270,6	20	1 382,41	408,14
4.	Детское белье	1 973,4	20	3 367,6	20	2 452,95	15	1 394,2	-914,65
5.	Ясельное белье	4 440,15	45	7 240,34	43	4 440,15	45	2 800,19	-2800,1
	Итого	9 867	100	16 838	100	16 353	100	6 971	-485

На рисунке 2.1 представлена доля потребляемого бельёвого трикотажа предприятия ООО «Афисионадо» за период 2013-2015 г. г.

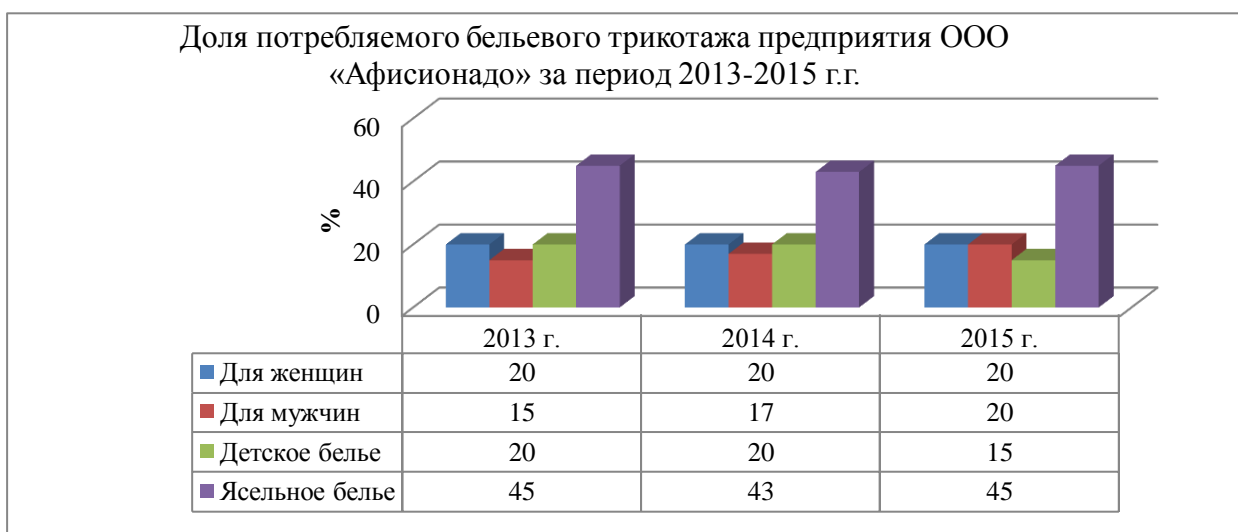


Рисунок 2.1 – Доля потребляемого бельёвого трикотажа предприятия ООО «Афисионадо» за 2015 год

Как видно из рисунка 2.1, основную долю в потреблении бельёвого и верхнего трикотажа предприятия ООО «Афисионадо» занимает в первом случае ясельное белье, а во втором одежда для детей на протяжении всего анализируемого периода.

Организационная структура управления предприятия ООО «Афисионадо» представлена в приложении А.

Швейная промышленность Российской Федерации представляет собой часть легкой промышленности. Легкая промышленность является многопрофильным и инновационно привлекательным сектором экономики, обеспечивающим, внутренний рынок страны швейными изделиями[2].

Легкая промышленность играет важнейшую роль в формировании ВВП всех стран мира. В Китае доля легкой промышленности в ВВП страны - 21%, Португалии - 20%, Италии - 12%, в Германии - 6%, , США - 4%.

В России всегда была актуальна проблема устойчивого функционирования предприятий швейной промышленности, но в последние десятилетия эта проблема возросла. В настоящее время швейная

промышленность является депрессивным сектором экономики РФ. Динамика ВВП легкой и текстильной промышленности во внутреннем валовом продукте России за период 2001-2015 г. г., представлена на рисунке 2.2.



Рисунок 2.2 - Динамика ВВП легкой и текстильной промышленности во внутреннем валовом продукте России за период 2001-2015 г. г.

Анализируя данные рисунка 2.2, можно сделать вывод, что в России доля ВВП легкой и текстильной промышленности во внутреннем валовом продукте за последние 14 лет снизилась в 30 раз - с 14% до 0,4% [3].

Основными проблемами отечественных швейных производств являются следующие:

- изношенность основных фондов около 70%;
- отсталость предприятий лёгкой промышленности от зарубежных стран по технологии производства;
- отсталость страны в области управления качеством и приближенности к мировым стандартам производства.

Предприятия, на которых присутствует значительный износ оборудования, не могут выпускать изделия соответствующие европейским стандартам и, наоборот, предприятия, которые имеют модернизированное

оборудование, с успехом конкурируют как на отечественных, так и на зарубежных рынках.

В России квалификация персонала швейных предприятий не соответствует требованиям рынка, в связи с чем, снижается уровень социальной защищенности работников отрасли. Во-первых, это касается подготовки специалистов среднего профессионального образования. Во-вторых, сократилось количество выпускников из профессионально-технических училищ для легкой промышленности. Многие проблемы швейных предприятий связаны с недостатком квалифицированных управленческих кадров высшего и среднего звена. Данная проблема связана, прежде всего, с низким уровнем оплаты труда.

Таким образом, можно сделать вывод, что актуализируется необходимость проведения государством ряда мероприятий, которые должны быть направлены на устранение последствий вступления России во Всемирную торговую организацию для подъема легкой промышленности и ее развития. Поэтому, исходя из вышеизложенного, особенно актуально выбрать правильную, оптимальную стратегию развития швейной отрасли России.

Для проведения анализа рынка необходимо:

- определить предпочтения потребителей в швейной продукции;
- определить основных лидеров среди потребителей швейной продукции;

Вторым этапом в анализе рынка является изучение потребителей предприятия ООО «Афисионадо». Данный анализ позволит предприятию выяснить:

- какая продукция в наибольшей мере удовлетворяет их потребности;
- какой объем продаж ожидать предприятию в будущем периоде;
- насколько можно расширить круг потенциальных клиентов.

Анализ потребителей предприятия ООО «Афисионадо» представлены таблице 2.3.

Талица 2.3 – Потребители производимой продукции предприятия ООО «Афисионадо за 2015 год

№ п/п	Показатели	2015 г.	
		Тыс. руб.	%
1.	Выручка, тыс. руб.	10353	100
2.	ЗАО «Сударь»	490,59	3
3.	ЗАО «Астра»	654,12	4
4.	ЗАО «Лея»	817,65	5
5.	ЗАО «Мантис»	654,12	4
6.	ЗАО «Космос»	654,12	4
7.	ООО «Гамма»	1962,36	12
8.	ООО «Ливра»	3597,66	22
9.	ООО «Дуэт»	1062,95	6,5
10.	ООО «Стоффа»	735,89	4,5
11.	ООО «Модница»	817,65	5
12.	Baule	2207,66	13,5
13.	Belle	408,83	2,5
14.	Boston	981,18	6
15.	Satin	327,06	2
16.	Fashion	981,18	6

На рисунке 2.3 представлены основные потребители швейной продукции предприятия ООО «Афисионадо» за 2015 год

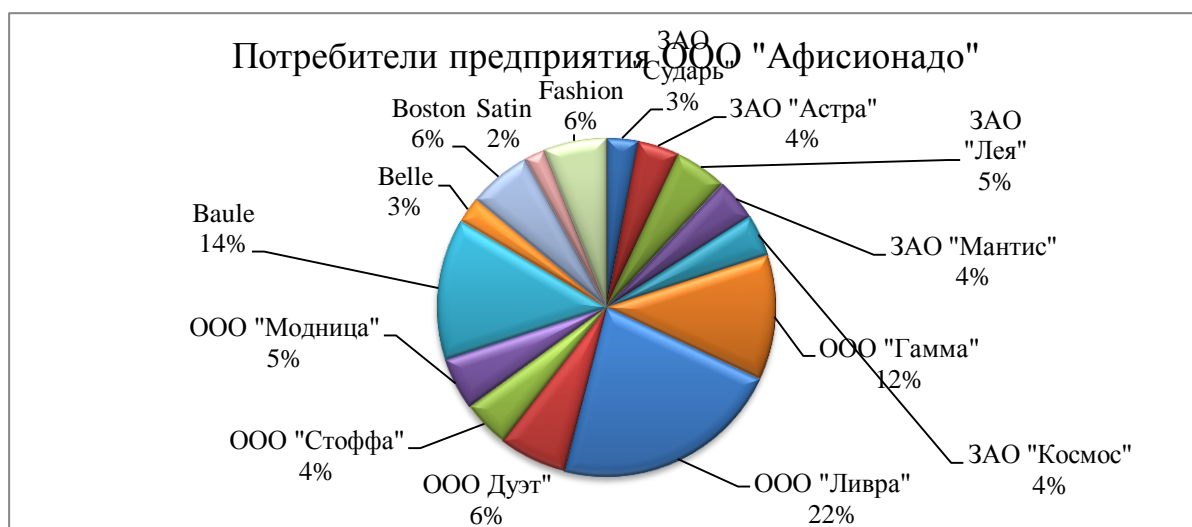


Рисунок 2.3 – Основные потребители швейной продукции предприятия ООО «Афисионадо» за 2015 год

Как видно из рисунка 2.3, основными потребителями швейной продукции предприятия ООО «Афисионадо» являются следующие предприятия:

- ООО «Гамма»;
- ООО «Ливра»;
- Baule.

Таким образом, анализ рынка предприятия ООО «Афисионадо» показал, что данное предприятие предоставляет широкий ассортимент своей продукции, которая пользуется спросом на рынке швейной промышленности.

Организационная структура управления предприятием ООО «Афисионадо» на основе петли качества представлена в приложении А.

В таблице 2.3 представлены расчеты технико-экономических показателей деятельности ООО «Афисионадо» за 2013-2015 г. г. и цепные темпы роста этих показателей.

Таблица 2.3 – Анализ основных технико-экономических показателей ООО «Афисионадо» за период 2013-2015 г. г

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение					
				2013-2014гг.		2014-2015 гг.		2013-2015 г.г.	
				Абс.	Относ.	Абс.	Относ.	Абс.	Относ.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Выручка, тыс. руб.	9867	10038	10353	171	1,73	315	3,14	486	4,93
Себестоимость продаж, тыс. руб.	6358	7456	7436	1098	17,27	-20	-0,27	1078	16,96
Валовая прибыль, тыс. руб.	3509	2582	2917	-927	-26,42	335	12,97	-592	-16,87
Управленческие расходы, тыс. руб.	1346	1070	987	-276	-20,51	-83	-7,76	-359	-26,67
Коммерческие расходы, тыс. руб.	1100	1951	1500	851	77,36	-451	-23,12	400	36,36
Чистая прибыль, тыс. руб.	744,1	238,26	301	-505,84	-67,98	62,74	26,33	-443,1	-59,55
Основные средства, тыс. руб.	2407	2447	2630	40	1,66	183	7,48	223	9,26
Оборотные активы, тыс. руб.	3748	3676	3901	-72	-1,92	225	6,12	153	4,08

Продолжение таблицы 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Численность ППП, чел.	20	20	25	0	0,00	5	25,00	5	25
Фонд оплаты труда ППП, тыс. руб.	3600	3912	5100	312	8,67	1188	30,37	1500	41,67
Производительность труда работающего, тыс. руб.	493,35	501,9	414,12	8,55	1,73	-87,78	-17,49	-79,23	-16,06
Среднегодовая заработная плата работающего, тыс. руб.	180	195,6	204	15,6	8,67	8,4	4,29	24	13,33
Фондоотдача	4,1	4,10	3,94	0,00	-	-0,16	-	-0,16	-
Оборачиваемость активов, раз	2,63	2,73	2,65	0,10	-	-0,08	-	0,02	-
Рентабельность продаж, %	7,54	2,37	2,91	-5,17	-	0,53	-	-4,63	-
Рентабельность производства, %	12,09	3,89	4,61	-8,20	-	0,72	-	-7,48	-
Затраты на рубль выручки,	0,64	0,74	0,72	0,10	-	-0,02	-	-7,74	-

Анализируя данные таблицы 2.3 можно сделать вывод по основным технико-экономическим показателям за период 2013-2015 г. г. предприятия ООО «Афисионадо».

Проанализировав данные за 2013-2014 г. г., можно сделать вывод о том, что выручка выросла на 1,73 %. Этот рост может быть обусловлен многими факторами, которые влияют на данный показатель. Зависящий от выручки показатель затраты на рубль выручки снизились на 0,02 это снижение обусловлено снижением управленческих расходов на 20,51%. Соответственно, можно сделать вывод, что темпы снижения управленческих расходов в 2 раза опережают темпы увеличения себестоимости за счет чего перекрылось увеличение основного показателя себестоимость.

За период 2013-2014 г. г. себестоимость продукции увеличилась на 17,27%. Увеличение себестоимости обуславливается увеличением цен на сырье и материалы, следовательно, необходимо пересмотреть ценовую политику в сторону увеличения цен.

Одним из основных показателей, показывающим результаты деятельности предприятия является валовая прибыль. На данном предприятии произошло снижение валовой прибыли на 26,42% (927 тыс. руб.), что является отрицательным результатом деятельности предприятия, о чем свидетельствует снижение рентабельности производства на 8,2% и рентабельности продаж на 5,17%. Снизить дефицит капитала, которым владеет предприятие, можно путем ускорения его оборачиваемости, за счет сокращения срока выплат дебиторской задолженности.

За анализируемый период произошло увеличения показателя основные средства на 1,66% (40 тыс. руб.), но фондоотдача осталась неизменной. Данный результат указывает на то, что стоимость основных средств увеличилась больше, чем выпуск продукции.

За период 2013-2014 г. г. по показателю оборотные активы было уменьшение на 72 тыс. руб., но оборачиваемость активов увеличилась в 0,10 раз, что говорит об эффективном использовании оборотных активов.

Произошло увеличение фонда оплаты труда на 312 тыс. руб., это обуславливается повышением среднегодовой заработной платы на одного работающего на 8,67 % и увеличением премий и командировочных расходов.

Производительность труда на предприятии ООО «Афисионадо» увеличилась на 8,55%, это может быть обусловлено:

- ростом массы продукции, создаваемой в единицу времени при постоянном ее качестве;
- сокращением издержек труда на единицу производимой продукции;
- уменьшением доли издержек труда в себестоимости продукции;
- сокращением времени производства единицы продукции.

Основной показатель, определяющий эффективность деятельности предприятия «Чистая прибыль» снизился на 67,98 %, что говорит об снижении доходности деятельности предприятия.

За следующий анализируемый период 2014-2015 г.г. показатель выручки так же, как и в 2013-2014 г. г. показал динамику к снижению, оно составило 3,14 % (315 тыс. руб.). Себестоимость снизилась на 0,27 %, что в денежном эквиваленте составило 20 тыс. руб., исходя из того, что темпы снижения выручки опережают темпы снижения себестоимости показатель «затраты на рубль выручки» увеличился на 0,02 коп. На показатель себестоимости непосредственно влияют коммерческие и управленческие расходы. Управленческие расходы снизились на 7,76 %, а коммерческие снизились на 23,12 %. В связи с тем, что на предприятии снизилась выручка, однако валовая прибыль увеличилась на 12,97%.

Фонд оплаты труда за анализируемый период увеличился на 30,37%, это обуславливается повышением среднегодовой заработной платы на одного работающего на 4,29 % и увеличением премий и командировочных расходов.

В динамике оборотных активов 2014-2015 г. г. произошло увеличение на 6,12%, но оборачиваемость снизилась на 0,08 %. Динамика данных показателей позволяет утверждать, что на предприятии произошло уменьшение объема продаж, на что указывает снижение выручки и себестоимости и увеличение суммы активов предприятия, которая возросла за данный период на 6,12 %.

За период 2014-2015 г. г. рентабельность продаж увеличилась на 0,53%. На данное увеличение повлияло увеличение чистой прибыли на 26,33 %. Рентабельность производства увеличилась на 0,72%, это говорит о том, что предприятие, с каждого затраченного рубля на производство и реализацию продукции, получает 72 копейки прибыли.

Анализируя весь период 2013-2015 г. г., были получены результаты деятельности, которые могут помочь дать характеристику предприятию ООО «Афисионадо».

Выручка за весь исследуемый период увеличилась на 4,93% (486 тыс. руб.). Показатель себестоимости за весь анализируемый период увеличился на 16,96. Сопоставляя динамику данных показателей можно сделать вывод,

что себестоимость растет быстрее выручки, следовательно, предприятию надо пересмотреть процесс ценообразования.

Показатель рентабельности продаж, который снизился на 4,63%.

Показатель основные средства показывает положительную динамику за период 2013-2015 г. г. он вырос на 9,26% (223 тыс. руб.). Это говорит о том, что предприятие тратит большую долю вырученных денежных средств на закупку основных производственных фондов.

Несмотря на положительную динамику показателя основных средств, показатель фондоотдачи снизился на 0,16. Сопоставляя динамику данных показателей, можно сделать вывод, что на предприятии имеется большое количество новых машин и оборудования, которое еще не задействовано в производстве.

За весь исследуемый период оборачиваемость активов увеличилась незначительно на 0,02, а оборотные активы увеличились на 4,08 %. Динамика данных показателей позволяет утверждать, что на предприятии произошло увеличение дебиторской задолженности и увеличение финансовых вложений в оборотные активы предприятия.

Фонд оплаты труда увеличился на 41,67 %, это обуславливается повышением среднегодовой заработной платы на одного работающего на 13,33 % и увеличением премий и командировочных расходов.

Показатель производительности труда снизился на 16,06 %, это может быть обусловлено моральным устареванием оборудования и отсутствием структурных сдвигов в производстве.

Таким образом, исследуя технико-экономические показатели деятельности организации ООО «Афисионадо» за период 2013-2015 г. г., можно сделать вывод, что на предприятии за исследуемый период наблюдается резкое снижение чистой прибыли на 59,55 %. Это говорит о том, что предприятие несет большие потери, связанные с:

- увеличением оборотных средств предприятия;
- сформированием фондов и резервов повышения прибыльности;

- осуществлением реинвестирования в производство;
- увеличением фонда оплаты труда и командировочных расходов;
- отчисления по налогам;
- высоким уровнем дебиторской задолженности;
- неправильным ценообразованием;
- отчислениями в фонды обязательного социального страхования;
- выплатами процентов по кредитам, полученным в банках, и выплатой основного долга.

ООО «Афисионадо, не смотря на большие затраты и отрицательную динамику многих технико-экономических показателей, имеет положительную прибыль и потенциал к возможности улучшить свое финансовое состояние, повысить финансовую устойчивость и повысить качество выпускаемой продукции.

2.2 Оценка производственной мощности предприятия на базе анализа производственной программы

Основным этапом анализа производственной мощности является анализ производственной программы, который базируется на анализе производства и реализации продукции по соответствующей номенклатуре, ассортименту.

Анализ объёма производства и реализации услуг за период 2013-2015 г. г. представлен в таблице 2.4

Таблица 2.4 - Динамика производства и реализации продукции ООО «Афисионадо» за 2013-2015 г. г.

№ п/п	Год	V выпуска, тыс. руб.	Темпы роста, %		Среднегодовой темп прироста, %	V реализации, тыс. руб.	Темпы роста, %		Среднегодовой темп прироста, %
			Баз.	Цепн.			Баз.	Цепн.	
1	2010	10060	100	100	1,44	9867	100	100	1,62
2	2011	10120	100,60	100,60		10038	101,73	101,73	
3	2012	10494	104,31	103,70		10353	103,14	104,93	

Таким образом, анализируя данные таблицы 2.4. можно сделать вывод, что объем выпуска продукции за весь анализируемый период увеличился на 1,44 %, а объем реализации на 1,62%. Процесс производства и реализации продукции имеют равномерные среднегодовые темпы прироста, что говорит о бесперебойном и ритмичном выполнении заказов потребителей и минимальном количестве запасов на складе. Можно предположить, что продукции в 2015 году реализуется на 1,36 % меньше, чем производится в связи с неграмотной маркетинговой политикой предприятия.

Предприятие ООО «Афисионадо» специализируется на выпуске бельевого трикотажа из х/б полотна (набивного и гладко крашенного) по 4-м группам номенклатуры:

- для мужчин – нижнее нательное белье;
- для женщин – нижнее нательное белье, комплекты для дома и сна, халаты;
- для детей – майки, трусы, футболки, комплекты, халаты махровые;
- ясельное белье – ползунки, рубашки, водолазки, чепчики, комплекты, комбинезоны.

Объем реализации за 2015 год в натуральном выражении составляет 35000 шт. в год.

Деятельность предприятия сферы производства подвержена сезонным колебаниям. Коэффициенты сезонности определены на основе данных прошлых периодов (таблица 2.5)

Таблица 2.5 - Коэффициенты сезонности

№ п/п	Месяц	Коэффициент сезонности
1	2	3
1.	Январь	0,6
2.	Февраль	0,9
3.	Март	1,2
4.	Апрель	0,9

1	2	3
5.	Май	0,8
6.	Июнь	0,7
7.	Июль	1,1
8.	Август	1,6
9.	Сентябрь	1,5
10.	Октябрь	1,4
11.	Ноябрь	0,8
12.	Декабрь	0,5

Для расчета производственной программы необходимо рассчитать ряд показателей.

- Доля каждой вида услуг в структуре оказываемых услуг равна:
 - для мужчин – 42,22%;
 - для женщин – 22,03%;
 - для детей – 13,63%;
 - ясельное белье – 22,12%.
- Объем реализации услуг за месяц по формуле:

$$O_i = \left(\frac{O_i}{12}\right) \cdot K_c, \quad (2.1)$$

где O_i – объем реализации в месяц, шт.;

O_p – планируемый объем реализации, шт.;

K_c – коэффициент сезонности.

- Объем реализации по видам услуг:

$$O_{ij} = O_i \cdot Yd_j, \quad (2.2)$$

где O_{ij} – объем реализации j -го вида услуг в месяц,

Yd_j – удельный вес j -го вида услуг.

Производственная программа по плану на 2015 год, рассчитанная в натуральном выражении, представлена в приложении Б.

На рисунке 2.4 представлены плановые объемы реализации (производственная программа) по всей номенклатуре выпускаемой продукции предприятия ООО «Афисионадо» в натуральном выражении.

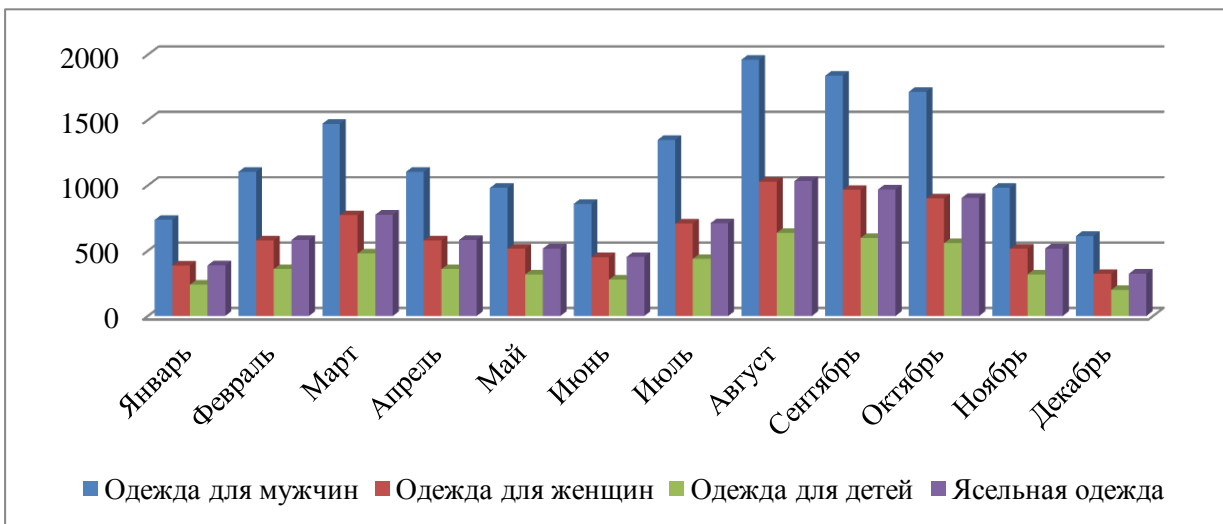


Рисунок 2.4 - Производственная программа по плану на 2015 год предприятия ООО «Афисионадо» в натуральном выражении

Результат расчета производственной программы предприятия ООО «Афисионадо» по факту на 2015 год представлен в приложении В.

На рисунке 2.5 представлены фактические объемы реализации по всей номенклатуре выпускаемой продукции предприятия ООО «Афисионадо» в натуральном выражении.

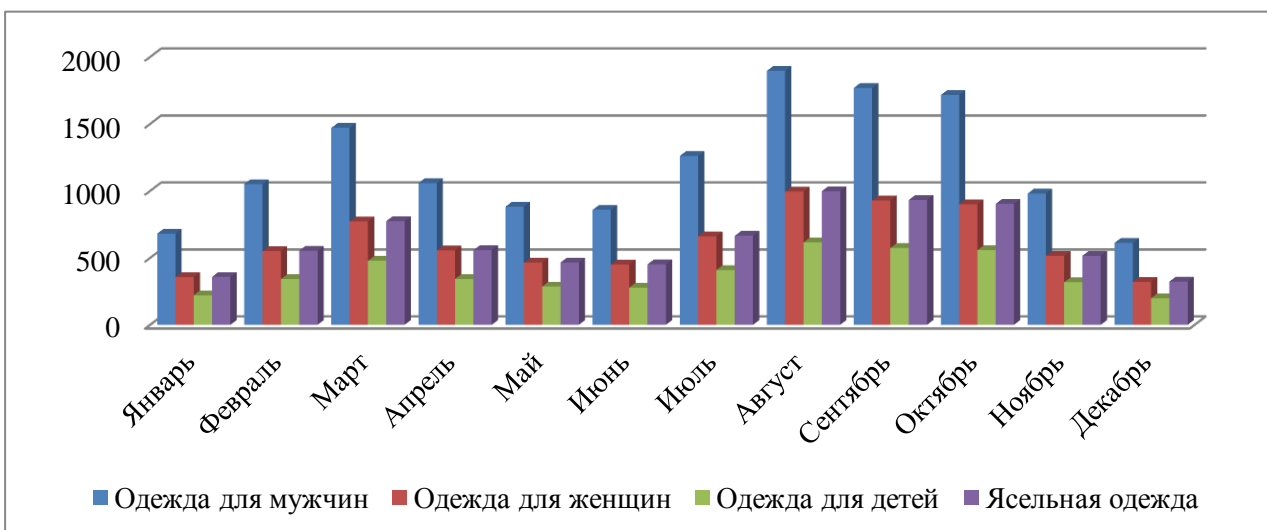


Рисунок 2.5 - Производственная программа предприятия ООО «Афисионадо» 2015 год в натуральном выражении

Результат выполнения производственной программы предприятия ООО «Афисионадо» на 2015 год представлен в приложении Г. Наглядно, выполнение плана по производственной программе, представлено на рисунке 2.6.

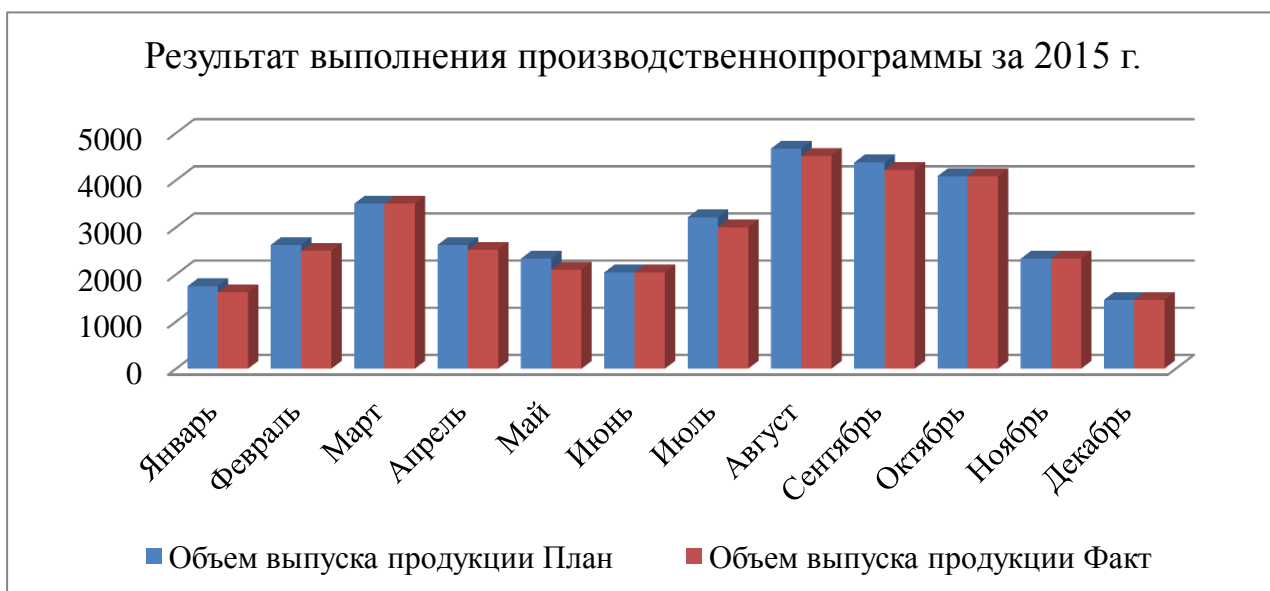


Рисунок 2.6 - Результат выполнения производственной программы предприятия ООО «Афисионадо» на 2015 год

Таким образом, можно сделать вывод, что производственная программа предприятия по выпуску продукции выполнена на 88,22 %. Следовательно, оборудование по мощности используется не в полную силу - на 88,22%, что говорит о том, что предприятие несет из-за этого убытки, имея при этом потенциал для роста.

Особое значение при анализе производственной программы имеет анализ ассортимента и его структуры, который проводится по товарам, сгруппированным в товарные группы. Динамика реализации произведённой продукции по отдельным товарным группам представлена в таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Анализ структуры товарного ассортимента предприятия ООО «Афисионадо» за период 2013-2015 г. г.

№	Наименование товарной группы	Товарная группа, тыс. руб.				Отклонение, +/-, %	
		2014		2015		2015/2014	2015/2014
		Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%		
1.	Мужская одежда	4287	42,71	4371	42,22	84	-0,49
2.	Женская одежда	2100,4	20,92	2281	22,03	180,6	1,11
3.	Детская одежда	1531	15,25	1411	13,63	-119,6	-1,62
4.	Ясельная одежда	2120	21,12	2290	22,12	170	1,00
	Итого	10038	100	10353	100	315	-

В таблице 2.6 была рассмотрена структура выручки от продаж по товарным группам за весь анализируемый период. Реализация почти всех товаров в динамике растет довольно высокими темпами. Выручка от реализации предложенного ассортимента увеличилась на 315 тыс. руб. Наблюдается резкое снижение продаж по товарной группе «Детская одежда» - 119,6 тыс. руб.

При анализе результатов хозяйственной деятельности предприятие должно учитывать ассортиментную политику и структуру выпуска продукции. В таблице 2.7 проведен анализ ассортимента и структуры продукции для швейного предприятия ООО «Афисионадо».

Таблица 2.7 - Выполнение плана по номенклатуре продукции предприятия ООО «Афисионадо» за 2015 год

Тип продукции	Объем производства в запланированных ценах, руб.	Выпуск, зачтенный в выполнение плана по ассортименту	Выполнение плана, %
Одежда для мужчин	4 800	4371	91,06
Одежда для женщин	2 600	2281	87,73
Одежда для детей	1 601	1411	88,13
Ясельное белье	2 270	2290	100,88
Всего	11 271	10353	91,9

Из данных 2.7 вышеприведенной таблицы следует, что план по ассортименту продукции выполнен на 91,9% (10353 / 11271 * 100%). Основными причинами невыполнения плана по ассортименту предприятия ООО «Афисионадо» могут быть:

- несвоевременный ввод в действие производственных мощностей;
- недостатки в организации производства;
- низкая культура производства.

Из данного анализа видно увеличение объема производства по одним видам и сокращение по другим видам продукции, что приводит к изменению ее структуры. Изменение структуры продукции оказывает большое влияние на все экономические показатели:

- объем выпуска в стоимостной оценке;
- материалоемкость;
- себестоимость товарной продукции;
- прибыль;
- рентабельность.

Для более подробного анализа и выявления проблем в ассортиментной политике предприятия ООО «Афисионадо» будет проведен расчет основных показателей ассортимента выпускаемой продукции (таблица 2.8).

Таблица 2.8 - Свойства и показатели ассортимента выпускаемой продукции предприятия ООО «Афисионадо»

№ п/п	Свойства	Расчет коэффициента (формула)	Показатели	Расчет показателя
1	2	3	4	5
1.	Глубина -действительная; -базовая	$K_2 = P_d/P_B$	где, P_d - Фактическое количество подгрупп и товарных категорий P_B - Базовое количество подгрупп и товарных категорий в однородной товарной группе.	4/6=0,67

Продолжение таблицы 2.8

1	2	3	4	5
2.	Ширина -действительная; - базовая	$K_{ш} = Ш_{д}/Ш_{б}$	где, $Ш_{д}$ - Количество видов, разновидностей, наименований, имеющих в продаже $Ш_{б}$ - Базовое количество видов, разновидностей, наименований товара	24/24=1
3.	Новизна	$K_{н} = Н/Ш_{д}$	где, $Н$ - Количество новых видов и наименований товаров	3/24=0,13
4.	Устойчивость	$K_{у} = У/Ш_{д}$	где, $У$ - Количество видов и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом	24/24=1
5.	Рациональность (Р)	$K_{р} = (K_{г} * ВГ + K_{ш} * ВШ + K_{н} * ВН + K_{у} * ВУ) / 4$	где, $K_{р}$ - Коэффициент рациональности $ВГ, ВШ, ВУ, ВН$ - коэффициенты весомости показателей глубины, широты, новизны, устойчивости	$(0,67*0,7)+(1*0,8)+(0,13*0,6)+(1*0,9)/4=0,56$

Анализируя данные таблицы 2.8 можно сделать вывод, что предприятие обладает высокими показателями по всем свойствам ассортимента. Основным и важным моментом можно выделить, что предприятие имеет устойчивый спрос на всю выпускаемую продукцию и обладает глубоким ассортиментом.

Отрицательным моментом можно назвать коэффициент новизны, который равен 0,13, значение данного коэффициента указывает на то, предприятие не расширяет свой ассортимент, и не выделяет денежных средств направленных на его обновление.

Так же, исходя из данных анализа, самым отрицательным моментом можно назвать низкий коэффициент рациональности 0,56, который указывает на то, что предлагаемый ассортимент неполно удовлетворяет реальные обоснованные потребности различных сегментов потребителей.

Методом опроса потребителей, основанного на методе экспертных оценок (приложение Д), который проводился в торговых центрах города Тольятти, и в котором было опрошено более 1000 потенциальных покупателей продукции предприятия ООО «Афисионадо», было выявлено, что потребителям хотелось бы видеть в ассортименте выпускаемой

продукции не только мужские, женские и детские вещи, но и товары для дома. Опираясь на данные анкетного опроса потребителей, было определено, что стоит добавить в ассортимент предприятия комплекты постельного белья, средняя цена которого не должна превышать 1200 рублей, так как основным сегментом потребителей являются люди со средним уровнем дохода.

Завершающим этапом анализа производственной программы является оценка равномерности продаж производимой продукции предприятия ООО «Афисионадо», будет рассчитан коэффициент вариации и сделан вывод относительно причин, вызывающих неравномерность продаж (таблица 2.9).

Если неравномерность обусловлена внутренними причинами, то в дальнейшем будут разработаны мероприятия по их устранению.

Таблица 2.9 - Анализ равномерности продаж производимой продукции предприятия ООО «Афисионадо» за период 2013-2015 г. г.

№	Наименование показателей	Объем реализации по месяцам за период 2013-2015 г. г., тыс. руб.												Итого
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1.	Реализация ,тыс. руб.	808,1	812,8	856,15	862,8	869,1	861	769,55	802	809,02	805,05	802,05	809,38	9867
	2013 год													
2.	2014 год													
3.	2015 год	850,02	857,08	810,9	818,01	820,5	813,8	807,6	900,11	905,5	921,09	918,01	930,38	10353
4.	В % величина за месяц	8,19	8,24	8,68	8,74	8,81	8,73	7,80	8,13	8,20	8,16	8,13	8,20	100,00
	2013 год													
5.	2014 год													
6.	2015 год	8,21	8,28	7,83	7,90	7,93	7,86	7,80	8,69	8,75	8,90	8,87	8,99	100,00

Продолжение таблицы 2.9

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
7.	Отклонение от среднего процента продаж	0,14	0,10	-0,34	-0,41	-0,47	-0,39	0,53	0,21	0,13	0,17	0,20	0,13	-
	2013 год													
8.	2014 год	0,16	0,21	-0,43	-0,48	0,27	0,25	-0,48	0,16	0,31	0,35	-0,43	0,11	-
9.	2015 год	0,12	0,05	0,50	0,43	0,41	0,47	0,53	-0,36	-0,41	-0,56	-0,53	-0,65	-
10.	Квадраты отклонений	0,02	0,00	0,25	0,19	0,17	0,22	0,28	0,13	0,17	0,32	0,28	0,43	2,46
	2013 год													
11.	2014 год	0,02	0,05	0,19	0,23	0,07	0,06	0,23	0,03	0,10	0,12	0,19	0,01	1,31
12.	2015 год	0,02	0,00	0,25	0,19	0,17	0,22	0,28	0,13	0,17	0,32	0,28	0,43	2,46
13.	Среднее квадратическое отклонение													0,12
	2013 год													
14.	2014 год													0,08
15.	2015 год													0,12
16.	Коэффициент вариации													0,01
	2013 год													
17.	2014 год													0,01
18.	2015 год													0,01
19.	Коэффициент равномерности продаж													99,99
	2013 год													
20.	2014 год													99,99
21.	2015 год													99,99

Анализируя данные таблицы 2.9, можно сделать вывод, что значение коэффициент равномерности продаж на протяжении всего анализируемого

периода равен 99,9 % , это говорит о том, что на протяжении всех трех лет спрос на продукцию предприятия остается неизменным и на высоком уровне.

Важным показателем стабильности процесса продаж является коэффициент вариации, он равен 0,01, следовательно, это еще раз доказывает стабильный спрос на продукцию предприятия.

Подводя итоги анализа производственной программы предприятия ООО «Афисионадо» можно сделать вывод, что спрос на продукцию предприятия равномерен и находится на высоком уровне, выручка от реализации с каждым годом увеличивается. Отрицательным моментом можно назвать невыполнение производственной программы предприятия – 88,2%, невыполнение плана по ассортименту продукции на 8,1%. Так же следует обратить внимание на низкий коэффициент рациональности 0,56, который указывает на то, что предлагаемый ассортимент неполно удовлетворяет реальные обоснованные потребности различных сегментов потребителей.

Для более углубленного анализа процесса производства на предприятии ООО «Афисионадо» целесообразно проанализировать использование производственных мощностей за период 2013-2015 г. Анализ производственной мощности основан на системе показателей, характеризующих ее использование по численности, времени работы и мощности. Оборудование основного производства, а так же участков того же назначения в основных производственных цехах (представлено в таблице 2.10).

Таблица 2.10 – Данные по производственному оборудованию ООО «Афисионадо»

№ п/п	Наименование оборудования, модель, тип, марка	Кол-во единиц, шт.	Цена за единицу, руб.
1	2	3	4
1	Машина раскройная, СМЗ 279	4	650
2	Машина раскройная ленточная, ММЗ РЛ-1000	1	900

Продолжение таблицы 2.10

1	2	3	4
3	Машина швейная, Подольск 1022 кл	5	1200
4	Машина швейная, PEGASUSW-562 AB	3	10600
5	Машина швейная, PEGASUSW-562 BB	3	11900
6	Машина швейная, PEGASUSW-664-03 FB	3	22100
7	Машина швейная, PEGASUSW-664-34 AB	2	12800
8	Машина швейная, PEGASUSW562 BB	3	10900
9	Машина швейная, PEGASUS E-52-130	8	22300
10	Машина швейная, PEGASUSE-52183T	2	11900
11	Машина швейная, PEGASUS E-53-01	4	15200
12	Машина швейная, Подольск 862 кл.	1	22600
13	Настилочная машина	1	2647,5
14	Подъемное устройство ПУ 12-300	1	15140,77
15	Пресс гладильный ПГ-2 ЭЛГА	1	17217,82
16	Машина петельная швейная 251 кл.	1	487,81
	ИТОГО	43	522693,9

Первым этапом является анализ количественного использования оборудования, которое группируют по степени использования (таблица 2.11).

Таблица 2.11 – Показатели для анализа количественного использования оборудования

№ п/п	Показатели	Обозначение	Значение показателя, шт.			Отклонение, шт.	
			2013	2014	2015	2014/3013	2015/2014
1.	Количество действующего оборудования	K_0	40	41	43	5	3
2.	Количество наличного оборудования	K_n	45	46	52	2	5
3.	Количество установленного оборудования	K_y	42	45	47	4	2

Исходя из данных, представленных в таблице 2.11, проведем расчет степени привлечения оборудования с помощью следующих коэффициентов:

1. Коэффициент использования парка наличного оборудования:

$$K_{ho} = \frac{K_o}{K_n} \quad (2.3)$$

$$K_{ho2013} = \frac{40}{45} = 0,88$$

$$K_{ho2014} = \frac{41}{46} = 0,89$$

$$K_{ho2015} = \frac{43}{52} = 0,82$$

2. Коэффициент использования парка установленного оборудования:

$$K_{yo} = \frac{K_o}{K_y} \quad (2.4)$$

$$K_{yo2013} = \frac{40}{42} = 0,95$$

$$K_{yo2014} = \frac{41}{45} = 0,91$$

$$K_{yo2015} = \frac{43}{47} = 0,91$$

3. Коэффициент использования оборудования сданного в эксплуатацию (Кэ):

$$K_{эо} = \frac{K_y}{K_n} \quad (2.5)$$

$$K_{эо2013} = \frac{42}{45} = 0,93$$

$$K_{эо2014} = \frac{45}{46} = 0,98$$

$$K_{эо2015} = \frac{47}{52} = 0,9$$

Таким образом, из анализа оборудования предприятия ООО «Афисионадо» следует, что среднее значение показателя использования парка наличного оборудования равно 0,83, это говорит о том, что

оборудование предприятия используется не в полную мощность и имеются резервы для наращивания производственной программы.

Среднее значение коэффициента использования парка установленного оборудования равно 0,92, следовательно, можно сделать вывод, что оборудование предприятия используется нерационально и не в полную мощность.

Среднее значение коэффициента использования оборудования сданного в эксплуатацию имеет 0,92, следовательно, это значит, что оборудование используется не во всем составе своего парка, а производственная программа ниже уровня производственной мощности.

Для оценки использования основных фондов проведем анализ использования наиболее активной части основных фондов, т.е. рабочих машин и оборудования.

Для данного анализа используются 2 показателя: экстенсивной и интенсивной загрузки оборудования.

Для характеристики экстенсивной загрузки оборудования проводится анализ использования оборудования по времени: баланс времени работы и коэффициент его сменности.

Таблица 2.12 - Показатели, характеризующие фонд времени использования оборудования

№ п/п	Показатель фонда времени	Условное обозначение	Года		
			2013	2014	2015
1.	Календарный фонд	T_k	365	365	365
2.	Номинальный (режимный) фонд	T_n	251	251	251
3.	Эффективный (реальный) фонд	$T_{эф}$	249	249	249
4.	Полезный (фактический) фонд	$T_{ф}$	202	202	202

Уровень внутрисменного использования оборудования характеризует коэффициент загрузки оборудования K_z , который позволяет оценить потери времени работы оборудования из-за планово-предупредительных ремонтов и т.д:

$$K_{заг2013-2015г.г.} = \frac{T_{\phi}}{T_{эф}} = \frac{202}{249} = 0,81$$

Следовательно, можно сделать вывод, что $K_{заг} = 0,81$, это значит, что присутствуют простои оборудования на предприятии ООО «Афисионадо»

Уровень условного использования оборудования характеризует коэффициент сменности ($K_{см}$). Основными данными для расчета является количество смен работы предприятия – 2 смены, количество работающих агрегатов в 1 смену 1смена – 35 шт., 2 смена – 32 шт., и количество действующего оборудования – 43 за анализируемый период.

$$K_{см2015} = \frac{МС}{Об_y} = \frac{35+32}{43} = 1,56$$

Значение данного коэффициента на предприятии ООО «Афисионадо», является недостаточно высоким, следовательно, можно сделать вывод, что на предприятии:

- низкая специализация рабочих мест, что обеспечивает снижение производственной программы и загрузку оборудования;
- увеличение простоев, связанных с недостатками в организации обслуживания рабочих мест, обеспечении швей заготовками, инструментом и оснасткой;
- нерациональная организация ремонтного дела, отсутствие применения передовых методов организации ремонтных работ.

Далее целесообразно оценить производительность оборудования с помощью коэффициента интенсивной загрузки оборудования, где будут использованы показатели фактического объема производства и максимальный объем производства.

$$K_{инт} = \frac{Выр_{\phi}}{Выр_{max}} = \frac{30879}{35000} = 0,88$$

Таким образом, можно сделать вывод, что коэффициент производительности оборудования равен 0,88, что указывает на недозагрузку производственных мощностей.

Обобщающим показателем, характеризующим комплексное использование оборудования, является показатель интегральной нагрузки ($K_{ин}$):

$$K_{ин} = K_{заг} \cdot K_{инт} = 0,81$$

Следовательно, из результата расчета показателя интегральной нагрузки, можно сделать вывод, что плановый фонд времени работы оборудования использован на 81% и свидетельствует о том, что производственная мощность оборудования используется не в полную мощность.

Анализ уровня использования производственной мощности необходимо дополнить оценкой использования производственной площади предприятия. Данные использования производственной площади предприятия представлены в таблице 2.13

Таблица 2.13 - Анализ использования производственной площади ООО «Афисионадо» за период 2013-2015 г. г.

№ п / п	Показатель	Уровень показателя			Абсолютное отклонение	
		2012	2013	2014	2014/2012	2014/2013
1	2	3	4	5	6	7
1.	Объем производства продукции, тыс. руб.	10060	10120	10494	60	374
2.	Производственная площадь, кв. м.	200	200	200	0	0
3.	В том числе площадь цехов, кв. м.	190	190	190	0	0
4.	Удельный вес площади цехов в общей производственной площади	0,95	0,95	0,95	0,00	0,00
5.	Выпуск продукции на 1 кв. м., тыс. руб.					
6.	производственной площади	50,30	50,60	52,47	0,30	1,87
7.	площади цехов	52,95	53,26	55,23	0,32	1,97
8.	Коэффициент занятости производственной площади оборудованием	0,95	0,95	0,95	0	0

Таким образом, анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что в 2015 году на 1м² производственной площади приходится 52,47 единиц продукции, это на 1,97 единиц больше, чем в 2014 году. На данное изменение повлияло увеличение объема выпуска продукции на 374 тыс. руб. Рост выпуска продукции на 1м² производственной площади является положительным критерием оценки использования производственной площади.

Показатель «Коэффициент занятости производственной площади оборудованием» составляет 0,95 на протяжении всего исследуемого периода на предприятии ООО «Афисионадо», что является положительным моментом организации производственного процесса. Он является обобщающим показателем использования располагаемой площади, так как представляет собой долю площади, занятой оборудованием, в общей площади предприятия, которой оно располагает.

Заключительным этапом анализа, является расчет целевого показателя - «Производственная мощность предприятия ООО «Афисионадо». Расчет степени использования показывает коэффициент использования производственной мощности (таблица 2.14).

Таблица 2.14 - Расчет коэффициента использования производственной мощности

№ п/п	Показатель	Значение			Отклонение, тыс. руб.		Относительный прирост, %	
		2013	2014	2015	2015/2013	2015/2014	2015/2013	2015/2014
1.	Объем выпуска продукции, шт.	30090	30490	30879	789	389	2,62	1,28
2.	Среднегодовая производственная мощность, шт.	33300	34500	35000	1700	500	5,11	1,45
3.	Коэффициента использования производственной мощности	0,9	0,88	0,88	-0,02	0	-2,22	0,00

Таким образом, анализируя данные таблицы 2.14, можно сделать вывод, что коэффициент использования производственной мощности за период 2013-2014 г. г. снизился на 0,02, и на конец 2015 года показатель составил 0,88. Следовательно, оборудование по мощности используется не в полную силу - на 88%, что говорит о том, что предприятие несет из-за этого убытки, имея при этом потенциал для роста.

Поводя итоги второй главы данной выпускной квалификационной работы, можно сделать вывод, что на предприятии сложилась следующая ситуация:

- бесперебойное и ритмичное выполнение заказов потребителей при минимальном количестве запасов на складе;

- производственная программа предприятия по выпуску продукции выполнена на 88,22 %. Причиной не выполнения плана могут быть, ошибки в снабжении производства материальными ресурсами, несвоевременный ремонт оборудования и внеплановые простои, низкая квалификация работников производства;

- план по ассортименту продукции выполнен на 91,9% (10353 / 11271 * 100%). Основными причинами невыполнения плана по ассортименту предприятия

- реализация почти всех товаров в динамике растет довольно высокими темпами;

- предприятие имеет устойчивый спрос всю выпускаемую продукцию и обладает глубоким ассортиментом.

- низкий коэффициент новизны, который равен 0,13, значение данного коэффициента указывает на то, предприятие не обновляет свой ассортимент, и не выделяет денежных средств направленных на его обновление.

- низкий коэффициент рациональности 0,56, который указывает на то, что предлагаемый ассортимент неполно удовлетворяет реальные обоснованные потребности различных сегментов потребителей;

— коэффициента вариации на протяжении всего анализируемого периода равен 99,9 % , это говорит о том, что на протяжении всех трех лет спрос на продукцию предприятия остается неизменным и на высоком уровне.

— плановый фонд времени работы оборудования использован на 81% и свидетельствует о том, что производственная мощность оборудования используется не в полную мощность;

— показатель «Коэффициент занятости производственной площади оборудованием» составляет 0,95 на протяжении всего исследуемого периода, следовательно, 95% всей располагаемой площади занято оборудованием;

— оборудование по мощности используется не в полную силу - на 88%.

Методом опроса потребителей и потенциальных покупателей продукции предприятия ООО «Афисионадо», было выявлено, что потребителям хотелось бы видеть в ассортименте выпускаемой продукции и не только мужские, женские и детские вещи, но и товары для дома.

Исходя из анализа производственных мощностей предприятия ООО «Афисионадо», оборудования, инструмента, оснастки и поставляемого сырья, было выявлено, что организация может расширить ассортимент за счет пошива постельного белья. Опираясь на данные анкетного опроса потребителей, так же было определено, что средняя цена комплекта постельного белья не должна превышать 1200 рублей, так как основным сегментом потребителей являются люди со средним уровнем дохода.

Следовательно, предприятие ООО «Афисионадо» имеет потенциал для роста и получение больше доли прибыли.

В третьей главе будет разработан ряд мероприятий, направленных на оптимизацию ассортиментной политики и процесса использования имеющейся производственной мощности.

3 Разработка мероприятий по совершенствованию использования производственных мощностей предприятия ООО «Афисионадо»

3.1 Мероприятия по оптимизации ассортиментной политики и процесса использования имеющихся производственных мощностей

Из анализа, проведенного во 2 разделе данной выпускной квалификационной работы, можно сделать вывод, что спрос на производимую продукцию предприятия стабильный и высокий. Но имеются проблемы с не обновляющимся и неполно удовлетворяющим реальные обоснованные потребности различных сегментов потребителей ассортиментом. Также плановый фонд времени работы оборудования использован на 81% и свидетельствует о том, что производственная мощность оборудования используется не в полную мощность.

Опираясь на данные анкетного опроса, который проводился в торговых центрах города Тольятти, и в котором было опрошено более 1000 потенциальных покупателей продукции предприятия ООО «Афисионадо», было определено, что стоит добавить в ассортимент предприятия комплекты постельного белья, средняя цена которого не должна превышать 1200 рублей, так как основным сегментом потребителей являются люди со средним уровнем дохода.

Исходя из анализа ассортимента предоставляемых тканей у действующих поставщиков и запланируемой цены реализации товара на рынке постельного белья, для пошива постельного белья предприятие ООО «Афисионадо» будет использовать ткань – бязь. Она на 100% состоит из хлопковых нитей, хорошо стирается, сохраняя при этом яркость окраски, и практически не мнется. Бязь получается в результате плотного плетения толстых нитей, не требует особого ухода, отличается гигиеничностью, гигроскопичностью, экологической чистотой, прочностью и высокой износостойкостью.

В 1 единицу продукции (комплект белья) включается:

- наволочка 70*70 см (2 шт);
- простыня 240*280 см (1 шт);
- пододеяльник 220*240 см (1 шт).

Сырье и материалы, входящие в состав продукции 1 единицы продукции:

- тканое полотно (шириной 2,5м): 8,2 м, цена за 1м= 60 руб.;
- нить швейная шелковая: 50 м, цена за 1 м=0,4руб.;

Покупные изделия и полуфабрикаты, входящие в состав 1 единицы продукции:

- этикетка атласная 3*2 см (4 шт.), цена=0,2руб./шт.;
- пакет упаковочный п/п со скотч клапаном (1шт.), цена=3руб./шт.;
- вкладыш бумажный глянцевый, фирменное оформление (1шт.), цена=4руб./шт.

Для определения возможного объема производства предприятия по пошиву постельного белья целесообразно прописать этапы технологического процесса (таблица 3.1).

Таблица 3.1 - Технологическая карта комплекта постельного белья

№ п/п	Тех. процесс	Выполнение	Инструменты	Трудоемкость на 1 комплект	Разряд работ
1	2	3	4	5	6
1.	Подготовка и раскрой полотна	Перед работой полотно тщательно проутюжить, при необходимости обработать края ножницами. При помощи измерительной ленты раскроить заготовки.	Утюг, ножницы	2 мин	2
			Измерительная лента, мел портновский, раскройный нож	5 мин	

Продолжение таблицы 3.1

1	2	3	4	5	6
2.	Пошив простыни	Взять заготовку № 3, отмерить по краям 1 см и подогнуть ткань по разметке при помощи утюга, прострочить края полотна с четырех сторон, пришить этикетку	Линейка, утюг, нить швейная, машинка швейная,	6 мин	3
3.	Пошив наволочки	Взять заготовки №1 и №2, сложить их лицевой стороной друг к другу, сшить вместе, оставив отворот, обработать края отворота и верхней части, подогнуть отворот и прострочить по бокам, пришить этикетку вывернуть на лицевую сторону, проутюжить. Повторить для второй наволочки	Нить швейная, машинка швейная, утюг,	5 мин	3
4.	Пошив пододеяльника	Взять две заготовки №4, сложить их лицевой стороной друг к другу, сшить вместе, оставив с одного бока разъем 40 см, обработать края разёма, пришить этикетку, вывернуть на лицевую сторону, проутюжить	Нить швейная, машинка швейная, лента измерительная, утюг,	6 мин	3
5.	Упаковка	Готовые изделия сложить по форме, проутюжить, обернуть этикеткой, поместить в пакет	Утюг	3 мин	2

Таким образом, исходя из данных, представленных в таблице 3.1, можно сделать вывод, что трудоемкость изделия составит 27 минут.

Для расчета производственной программы необходимо проанализировать фактический и реальный фонд времени работы оборудования и рассчитать запас временного фонда для производства постельного белья.

Рабочая смена составляет 7 часов (8 часов за вычетом обеда 1 час)

Эффективный (реальный) фонд рабочего времени оборудования составляет 249 дней (1743 часа).

Полезный (фактический) фонд рабочего времени оборудования составляет 202 дней (1414 часа).

Следовательно, 329 часов оборудование и работники производства остаются незадействованными. Таким образом, можно высчитать какое количество комплектов постельного белья предприятие может сшить, исходя из возможностей по времени.

$$Объем_{пр} = \frac{329 \times 60}{27} = 73 \text{ шт}$$

Так как, предприятие всегда должно иметь резерв времени для проведения внеплановых ремонтных работ, решено производить 500 комплектов постельного белья в год. Таким образом, производственная программа на 2016 год составит 500 единиц.

Для расчета себестоимости планируемой продукции, необходимо провести анализ затрат по статьям, разделяя их на переменные и постоянные издержки.

Расчет переменных издержек представлен в таблицах 3.2 – 3.4.

Таблица 3.2 - Статья затрат «Сырье и материалы»

№ п/п	Наименование материала	Норма расхода, м.	Цена за 1м., руб.	Сумма на единицу продукции, руб.
1.	Тканое полотно	8,20	60,00	492,00
2.	Нить шелковая швейная	50,00	0,40	20,00
3.	Итого	-	-	512,00
4.	Транспортно-заготовительные расходы	-	-	19,05
5.	Возвратные отходы	-	-	0,00
	Всего	-	-	531,05

Таблица 3.3 - Статья затрат «Покупные изделия и полуфабрикаты»

№ п/п	Наименование материала	Норма расхода на изделие, шт.	Цена, руб.	Сумма на единицу, руб.
1	2	3	4	5
1.	Этикетка атласная	4	0,2	0,80
2.	Пакет упаковочный п/п со скотч клапаном	1	3,00	3,00

Продолжение таблицы 3.3

1	2	3	4	5
3.	Вкладыш бумажный глянцевый, фирменное оформление.	1	4,00	4,00
4.	Итого	-	-	7,80
5.	Транспортно-заготовительные расходы	-	-	0,234
	Итого	-	-	8,034

Таблица 3.4 - Статья затрат «Энергия на технологические цели»

№ п/п	Оборудование	Потребляемая мощность оборудования, кВт/час	Время работы оборудования на операции, час/год	КПД	Коэффициент использования оборудования по мощности	Коэффициент использования оборудования по времени	Тариф (руб./кВт)	Затраты на электроэнергию, руб.
1.	Прямострочная промышленная швейная машина с игольным продвижением GOLDEN WHEEL CS-7500	0,02	0,6	0,9	0,87	0,88	2,9	1,20
2.	Дисковый раскройный осноровочный нож WD-2 Aurora	0,009	0,167	0,92	0,9	0,91	2,9	0,36
3.	Промышленный утюг PG036/1 LELIT	0,01	0,117	0,89	0,89	0,9	2,9	0,24
4.	Светильник светодиодный Aurora HM-05AD	0,007	0,6	0,92	0,91	0,92	2,9	1,34
	Итого	-	-	-	-	-	-	3,14

Таким образом, анализируя данные таблиц 3.2 – 3.4, можно сделать вывод, что сумма переменных затрат на производство 1 единицы изделия постельного белья предприятием ООО «Афисионадо» равна 542,224 рубля.

Исходя из анализа производственных мощностей предприятия ООО «Афисионадо», оборудования, инструмента, оснастки и поставляемого сырья, было выявлено, что организация может расширить ассортимент за счет пошива постельного белья. Следовательно, общепроизводственные и общехозяйственные расходы при реализации данного мероприятия практически отсутствуют.

Расчет требуемых постоянных издержек для реализации проекта представлен в таблицах 3.5 – 3.6.

Таблица 3.5 - Смазочные и обтирочные материалы

№ п/п	Наименование	Стоимость, шт.	Количество	Сумма, руб.
1.	Масло для промышленных швейных машин (ПШМ) 1 литр	250,00	10	2 500,00
	Итого	-	-	2 500,00

Таблица 3.6 - Смета непроизводственных (коммерческих) расходов

№ п/п	Наименование статьи затрат	Сумма, руб.
1.	Расходы на упаковку товара: Тара картонная 50см*40см*150см	31 122
2.	Расходы на рекламу: Создание интернет - магазина	99 000
	Итого непроизводственные расходы	130 122

Таким образом, анализируя данные таблиц 3.5 – 3.6, можно сделать вывод, что постоянные затраты на реализацию проекта «Оптимизация ассортиментной политики и процесса использования имеющихся производственных мощностей» составят 132 622 руб.

Результат расчетов полной себестоимости продукции представлен в таблице 3.7.

Исходя из проведенных расчетов в таблицах 3.2 – 3.7 себестоимость 1 единицы изделия равна, себестоимость планового объема производства равна 406 387 рублей.

Таблица 3.7 - Калькуляция продукции

№ п/п	Статьи затрат	Затраты на единицу продукции, руб.	Затраты на годовую производственную программу, руб.
1.	Сырье и материалы	531,05	265 525
2.	Возвратные отходы (-)	0	0
3.	Покупные изделия и полуфабрикаты	8,34	4 170
4.	Топливо и энергия на технологические цели	3,14	1 570
5.	Основная заработная плата производственных рабочих	0	0
6.	Дополнительная заработная плата производственных рабочих	0	0
7.	Страховые взносы	0	0
8.	Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	0	0
9.	Общепроизводственные расходы	0	0
	Цеховая себестоимость	542,224	271 112
10.	Общехозяйственные расходы	5	2 500
11.	Прочие производственные расходы	0	0
	Производственная себестоимость	547,53	544 877
12.	Внепроизводственные расходы	265,244	132 622
	Полная себестоимость	812,774	406 387

Далее требуется провести маржинальный анализ прибыли предприятия. Решение представлено графическим и аналитическим методами таблице 3.8. и на рисунке 3.1. Исходные данные для маржинального анализа и построения точки безубыточности. Предприятие производит 500 шт. комплектов постельного белья. Цена одного комплекта 1 200 руб. Средние переменные затраты 542,224 руб. Постоянные затраты 132 622 руб. Порог рентабельности и показатели оценки коммерческого риска определяются аналитическим методом в соответствии с алгоритмом, приведенным в таблице 3.8.

Таблица 3.8 - Аналитический метод определения точки безубыточности

№ п/п	Показатели	Формула	Значение
1.	Цена продукции, руб.	P_0	1200
2.	Объем продаж, шт.	Q_0	500
3.	Денежный поток, руб.	$CF = P * Q$	600 000
4.	Средние переменные издержки, руб.	AVC	542,224
5.	Совокупные переменные издержки, руб.	$VC = AVC * Q$	271 112
6.	Валовая маржа, руб.	$MR = P - AVC$	657,776
7.	Совокупная валовая маржа	$\sum MR = CF - VC$ $\sum MR = MR * Q$	328 888
8.	Коэффициент валовой маржи	$K_{MR} = \sum MR / CF$	0,55
9.	Постоянные издержки, руб.	FC	132 622
10.	Критический объем продаж, шт.	$Q_{крит}^0 = FC / MR$	202
	руб.	$Q'_{крит} = FC / K_{MR}$	241 130,9
11.	Запас финансовой прочности: Шт., руб. проценты	$F = Q - Q_{крит}$ $F = (Q - Q_{крит}) * P$ $G = (F / CF) * 100$	298 242 400 40,4
12.	Прибыль, руб.	$PF = F * K_{MR}$	133 320
13.	Сила операционного рычага	$I = \frac{\sum MR}{PF}$	2,47

Анализ структуры затрат свидетельствует, что доля переменных расходов в их общем объеме велика:

$$d(VC) = \frac{VC}{TC} * 100 = \frac{271112}{406387} * 100 = 66,71\%, \text{ а поскольку она превышает } 50\%, \text{ то}$$

рекомендуется основные управленческие решения направить на снижение затрат. Наблюдается сочетание низких постоянных издержек с высокой совокупной валовой маржой – идеальные условия для предприятия. $K_{MR} = 0,55$ показывает, что с каждого рубля выручки предприятие получает 0,55 руб. маржинального дохода. $Q_{крит} = 202$ шт. Достигнув этого объема продаж, предприятие покрывает совокупные затраты денежным потоком, полученным в результате реализации. Фактический объем продаж равен 500 шт., следовательно, порог рентабельности перейден. Запас финансовой прочности $G = 40,4\%$, т.е. превышение фактического объема продаж над критическим

составляет 298 шт. Это высокий показатель, что означает низкий операционный риск. Снижение объема выпуска продукции «постельное белье» для предприятия ООО «Афисионадо» безопасно.

На следующем этапе порог рентабельности определяется графическим методом (рисунок 1.1).

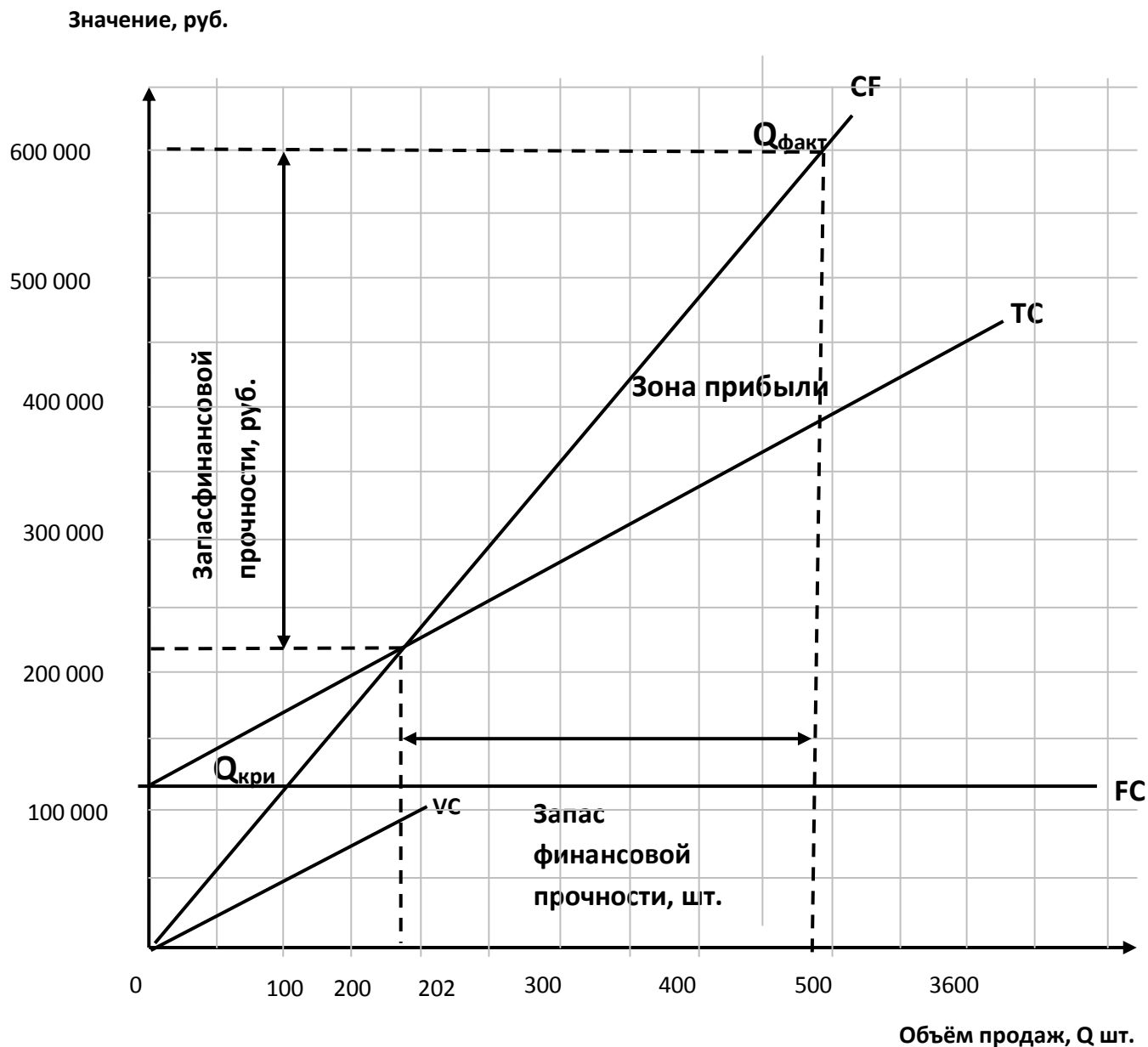


Рисунок 1.1 – Точка безубыточности

На приведенном графике (рисунок 1.1), точка безубыточности (порог рентабельности) $Q_{\text{криг.}}$, находится на пересечении прямых, характеризующих затраты TC и выручку от реализации (денежный поток) CF, а ее координаты

определяют объем продаж (202 шт.) и величину затрат производства и сбыта (241 130,9руб.), при которых у предприятия нет ни прибыли, ни убытков. Выше точки безубыточности находится зона прибыли, угол между прямыми CF и TC, ниже — зона убытков. Поскольку фактический объем продаж равен 500 шт., то предприятие перешло порог рентабельности и находится в зоне прибыли. Расстояние между координатами $X_1=500$ и $X_{крит}=202$ оси X представляет собой запас финансовой прочности в натуральных единицах. Промежуток между соответствующими координатами оси Y – запас финансовой прочности в денежных единицах.

Реализация мероприятия по оптимизации ассортиментной политики и процесса использования имеющихся производственных мощностей предполагает разработку программы продвижения новой продукции с помощью эффективных и подходящих для специфики предприятия маркетинговых инструментов. Исходя из особенностей и возможностей деятельности предприятия ООО «Афисионадо» и сложившейся ситуации на рынке реализации аналогичной продукции было решено разработать интернет – магазин, основной задачей которого будет реклама и продвижения новой и реализации всей выпускаемой товарной номенклатуры.

По прогнозам ведущих интернет - аналитиков в ближайшем будущем преобладающий объем торговых сделок в мире будет совершаться через системы интернет - торговли. Развитие систем интернет-банкинга и электронных платежных систем, все нарастающее вовлечение в использование этих систем активного и платежеспособного населения – это явные предпосылки для развития систем и технологий торговли через интернет.

Создание интернет - магазина – это всегда сложный проект, при выполнении которого необходимо решить ряд принципиальных задач, основными из которых являются:

— формирование каталога продукции (при необходимости – подготовка описаний и иллюстраций для каждой позиции каталога);

— реализация механизма изменения ассортимента продукции и управления ценами;

— организация взаимодействия интернет - магазина с электронными платежными системами.

Для успешной реализации данного мероприятия весь процесс разработки интернет - магазина целесообразно разделить на этапы, которые представлены в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Этапы разработки и реализации интернет - магазина для продвижения производимой продукции предприятия ООО «Афисионадо»

№ п/п	Этап	Содержание этапа	Сроки реализации этапа
1	2	3	4
1.	Постановка задачи или техническое задание на сайт	На первом этапе прорабатывается ряд задач, которые будут решены с помощью интернет - магазина и прописывается полноценное техническое задания	8 дней
2.	Разработка и утверждение дизайна интернет - магазина	Ориентируясь на техническое задание по разработке сайта, разрабатываются 1-2 эскиза разных вариантов дизайна, из которых далее выбирается наиболее подходящий.	8 дней
3.	Разработка и утверждение семантического ядра	Семантическое ядро сайта составляется SEO-специалистом. Под каждую страницу рубрикатора подбирается список поисковых запросов, по которым в дальнейшем сайт будет продвигаться. Это позволяет сайту или интернет - магазину быть «готовыми» к SEO -продвижению с первого дня.	3 дня
4.	Заполнение сайта материалами	Помимо разработки дизайна сайта и наладки системы управления содержимым сайта возникает задача наполнения сайта материалами (готовые рекламные буклеты, статьи, материалы для выставок и т.д.)	6 дней

Продолжение таблицы 3.9

1	2	3	4
5.	Программирование и тестирование	Технические специалисты устанавливают и настраивают CMS (привязка к CMS позволяет управлять контентом без помощи программиста), осуществляют написание и интеграцию модулей в CMS, написание дополнительного функционала сайта. После этого, готовый сайт тестируется специалистом, в соответствии с разработанным ранее техническим заданием и на наличие мелких программных ошибок в работе сайта.	10 дней
6.	Поддержка сайта	Это процесс добавление новых статей, новостей и прочие изменения содержимого сайта.	-
		Итого	35 дней

Таким образом, анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что создание интернет - магазина занимает в среднем 35 дней.

По своей структуре интернет-магазин, как правило, во многом повторяет сайт-каталог, т.е. представляет собой «интернет-витрину» товаров, сгруппированных по разделам и категориям. В то же время, интернет-магазин обычно предоставляет посетителям следующие возможности, которых лишен сайт-каталог. Этими возможностями являются:

- возможность отбора понравившихся товаров («корзина покупателя»);
- возможность оформления заказа онлайн с указанием варианта оплаты, способа и места доставки;
- возможность моментальной оплаты заказа с использованием кредитной карты или электронной платежной системы.

Техническое решение указанных задач не является чем-то сверхсложным, но требует тесного взаимодействия Заказчика и разработчика и оперативного разрешения организационных вопросов, связанных со сбором и обработкой информации, требуемой для размещения на сайте.

Стоимость создание интернет - магазина, как и любого другого сайта, определяется трудозатратами разработчика и состоит из двух основных частей – стоимости непосредственно разработки сайта и стоимости наполнения каталога магазина описаниями товаров.

Для подсчета затрат будет использоваться следующая схема, представленная на рисунке 1.2.

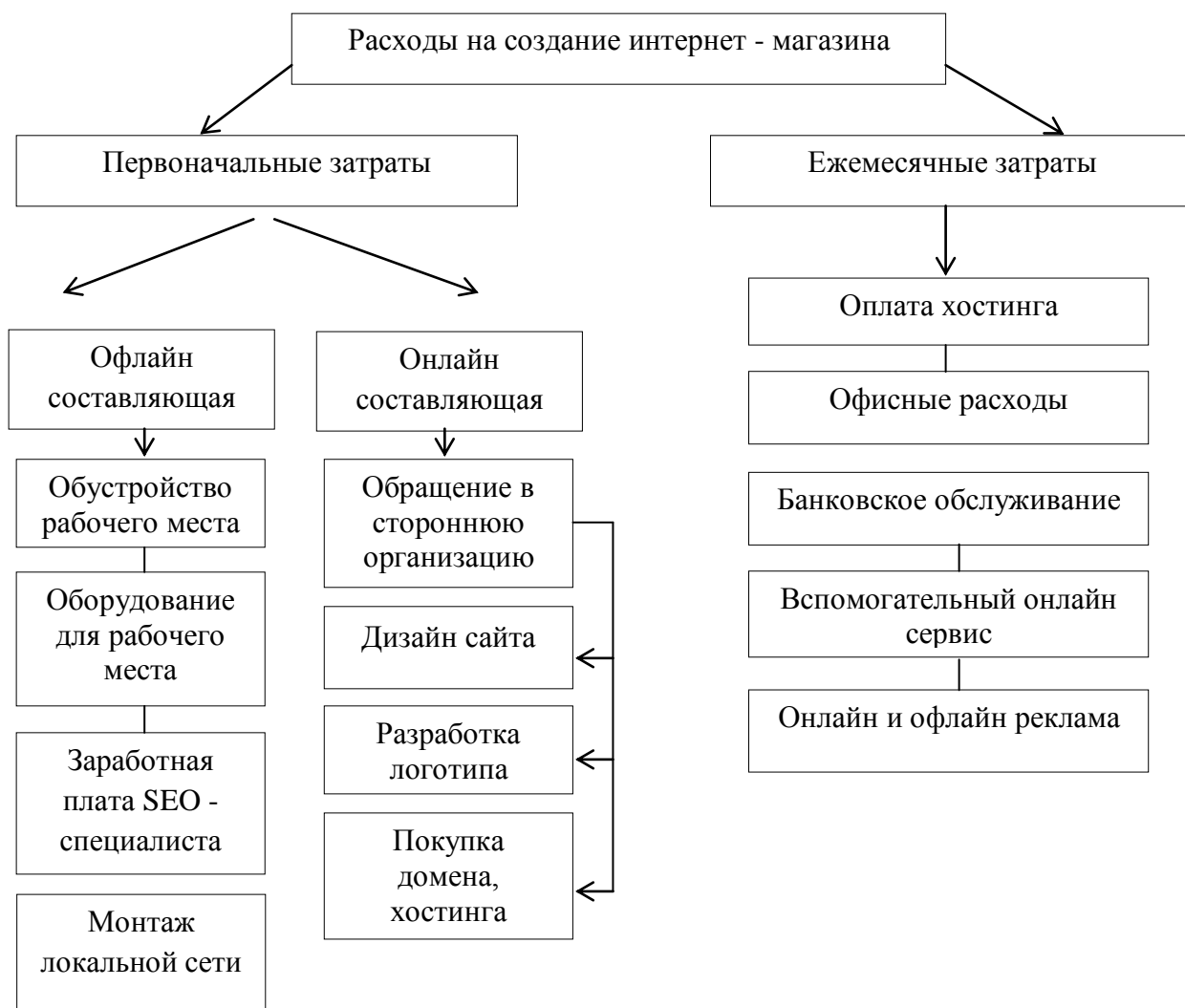


Рисунок 1.2 - Затраты на создание интернет магазина

Таким образом из таблицы 3.10, можно сделать вывод, что для открытия интернет – магазина предприятие ООО «Афисионадо» затратит 67 000 руб., это единовременные затраты на реализацию данного

мероприятия. Еще 32 000 руб. требуется выделить на постоянные ежемесячные затраты, в которые входит:

- заработная плата SEO - специалиста;
- оплата домена и хостинга;
- офисные расходы;
- банковское обслуживание;
- поддержка и развитие сайта интернет – магазина;
- онлайн и офлайн реклама.

Таблица 3.10 - Затраты на открытие интернет – магазина для предприятия ООО «Афисионадо»

№ п/п	Статьи затрат	Сумма, руб. в месяц
1.	Офлайн составляющая	
2.	Обустройство рабочего места	15 000
3.	Оборудование для рабочего места	15 000
4.	Монтаж локальной сети и настройка оборудования, настройка программного обеспечения	7 000
	Итого затраты на офлайн	37 000
5.	Онлайн составляющая	
6.	Обращение в стороннюю организацию	30 000
7.	В т.ч. Хостинг	1 500
8.	Домен	1 500
9.	Дизайн сайта	5 000
10.	Разработка логотипа	2000
	Итого затраты на онлайн	30 000
11.	Постоянные ежемесячные затраты	
12.	Заработная плата SEO - специалиста	20 000
13.	Оплата домена и хостинга	4 000
14.	Офисные расходы	1 000
15.	Банковское обслуживание	2 000
16.	Поддержка и развитие сайта интернет - магазина	3 000
17.	Онлайн и офлайн реклама	2 000
	Итого постоянные ежемесячные затраты	32 000
	Всего затрат	99 00

В заключении следует отметить, что создание интернет – магазина по сравнению с организацией обычного магазина и web - сайта, имеет несомненные преимущества:

- быстрое развитие;
- высокий спрос в условиях современного рынка;
- низкий уровень первоначальных и постоянных затрат;
- быстрая окупаемость;
- более широкий охват покупателей.

3.2 Расчет экономической эффективности

Экономическая эффективность показывает результативность экономической системы, выражающаяся в отношении полезных конечных результатов ее функционирования к затраченным ресурсам.

Предложенные мероприятия по оптимизации ассортиментной политики предприятия ООО «Афисионадо» и продвижению производимой продукции направлены на совершенствование использования имеющихся производственных мощностей.

Таким образом, необходимо произвести расчет показателей использования производственной мощности после внедрения мероприятий, целью которого будет поиск отклонения данных показателей в сторону увеличения уровня эффективности.

Так как производство нового вида продукции «Постельное белье» влечет за собой увеличение внутрисменного использования оборудования, коэффициент загрузки оборудования после внедрения мероприятия представлен в таблице 3.11. Полезный фонд рабочего времени увеличится на 225 часов при производстве планируемого объема продукции 500 штук. Целесообразно рассчитать данный показатель в часах.

Во второй главе был произведен расчет данного коэффициента, который составил 0,81.

$$\Delta K_{\text{загр.}} = 0,94 - 0,81 = 0,13$$

Следовательно, можно сделать вывод что, после внедрения мероприятия простои оборудования и персонала сократятся на 13 %.

Таблица 3.11 – Расчет показателя коэффициент загрузки оборудования

№ п/п	Показатель	Значение показателя, час
1.	Эффективный (реальный) фонд	1743
2.	Полезный (фактический) фонд	1639
3.	Коэффициент загрузки оборудования	0,94

Далее целесообразно оценить производительность оборудования после внедрения мероприятия с помощью коэффициента интенсивной загрузки оборудования, где будут использованы показатели фактического объема производства и максимальный объем производства. Так как максимальны объем производства остается неизменным, а показатель фактического объема производства увеличивается на 500 штук, показатель коэффициента интенсивности загрузки оборудования будет равен:

$$K_{инт} = \frac{Выр_{ф}}{Выр_{max}} = \frac{31379}{35000} = 0,90$$

Таким образом, можно сделать вывод, что коэффициент производительности оборудования после мероприятия равен 0,90. Во второй главе был произведен расчет данного коэффициента, который составил 0,88.

$$\Delta K_{загр.} = 0,90 - 0,88 = 0,02$$

Обобщающим показателем, характеризующим комплексное использование оборудования, является показатель интегральной нагрузки (Кин). В 2015 году значение данного коэффициента составило 0,81.

$$K_{ин} = K_{заг} * K_{инт} = 0,90 * 0,94 = 0,85$$

Следовательно, после внедрения мероприятия показатель интегральной нагрузки составит:

$$\Delta K_{ин.} = 0,85 - 0,81 = 0,04$$

Из результата расчета показателя интегральной нагрузки, можно сделать вывод, что после внедрения мероприятия использование планового фонда времени работы оборудования увеличится на 4 % и составит 85 %.

Заключительным этапом анализа, является расчет целевого показателя - «Производственная мощность предприятия ООО «Афисионадо»». Расчет степени использования показывает коэффициент использования производственной мощности (таблица 3.12).

Таблица 3.12 - Расчет коэффициента использования производственной мощности

№ п/п	Показатель	Значение		Отклонение, тыс. руб.	Относительный прирост, %
		2015 (Факт)	План	2015/2013	2015/2013
1.	Объем выпуска продукции, шт.	30879	31379	500	1,62
2.	Среднегодовая производственная мощность, шт.	35000	35000	0	0,00
3.	Коэффициента использования производственной мощности	0,88	0,9	0,02	-

Таким образом, анализируя данные таблицы 3.12, можно сделать вывод, что после проведения оптимизации ассортиментной политики и процесса использования имеющихся производственных мощностей коэффициент использования производственной мощности увеличится на 0,02, и в плановом периоде составит 0,90. Следовательно, состоится дозагрузка действующего парка оборудования на 2 %, что говорит о том, что минимизируются убытки из-за неэффективного использования производственных мощностей.

По данным маркетингового отдела рост выручки после создания интернет - магазина составит 12 %. Прирост выручки от оптимизации ассортиментной политики и процесса использования имеющихся производственных мощностей составит 600 тыс. руб. Таким образом, прирост выручки от мероприятий в плановом периоде, составит:

$$10\ 353 + 600 * 1,12 = 12\ 267,36 \text{ тыс. руб. – прогнозная выручка.}$$

12 267,36 - 10 353=1 314,36 тыс. руб. - прирост выручки от внедрения предложенных мероприятий.

Следовательно, прирост выручки за счет ее влияния составит 1314,36 тыс. руб.

На открытия интернет – магазина предприятие ООО «Афисионадо» затратит 67 000 руб., это единовременные затраты на реализацию данного мероприятия. Еще 32 000 руб. требуется выделить на постоянные ежемесячные затраты.

Тогда условно-годовую экономию можно рассчитать по формуле:

$$\mathcal{E}_{\text{уз}} = \mathcal{E}_{\text{общ}} - \mathcal{Z} \quad (3.1)$$

где \mathcal{Z} – затраты на мероприятие.

Условно-годовая экономия составит:

$$\mathcal{E}_{\text{уз}} = 1\,314,36 - (99 + 32 \cdot 11) = 1314,36 - 451 = 863,36 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем срок окупаемости проекта по оптимизации ассортиментной политики и процесса использования имеющихся производственных мощностей по формуле:

$$T_{\text{ок}} = \frac{\mathcal{Z}}{\mathcal{E}_{\text{уз}}} \quad (3.2)$$

Следовательно, срок окупаемости составит:

$$T_{\text{ок}} = \frac{451}{863,36} = 0,52 \text{ года} = 6 \text{ месяцев}$$

Эффективность внедряемого мероприятия, рассчитанная по формуле

$$\mathcal{E} = \frac{\mathcal{E}_{\text{уз}}}{\mathcal{Z}} \quad (3.3)$$

Следовательно, эффективность от внедряемого мероприятия составит:

$$\mathcal{E} = \frac{863,36}{451} * 100 = 191,43\%$$

Следовательно, срок окупаемости проекта по оптимизации ассортиментной политики и процесса использования имеющихся

производственных мощностей составит 6 месяцев. Экономия средств за счет внедрения данного проекта составит 863,36 тыс. руб. При затратах в 451 тыс. руб., экономическая эффективность проекта составит 191,43%.

Далее в таблице 3.13 проведем анализ технико-экономических показателей после внедрения мероприятий и рассчитаем эффект по основным показателям деятельности предприятия ООО «Афисионадо».

Таблица 3.13 – Основные технико-экономические показатели предприятия ООО «Афисионадо» после внедрения мероприятий

№ п/п	Показатели	2015 г.	Проект	Изменение	
				2015 г. - Проект	
				Абс.	Отн.
1.	Выручка, тыс. руб.	10 353	12 267,36	1 914	18,49
2.	Себестоимость продаж, тыс. руб.	7 436	7 842,39	406	5,47
3.	Валовая прибыль, тыс. руб.	2 917	4 425	1 508	51,70
6.	Чистая прибыль, тыс. руб.	301	1 164, 36	863, 36	286,83
7.	Рентабельность продаж, %	2,91	9,49	7	-
8.	Основные средства, тыс. руб.	2 630	2 630	0	0
9.	Оборотные активы, тыс. руб.	3 901	3 901	0	0
10.	Рентабельность производства, %	4,61	17,83	13	-
11.	Затраты на рубль выручки,	0,72	0,64	-0,08	-

Анализируя данные таблицы 3.13 можно сказать о том, что в результате реализации предложенных мероприятий, направленных на оптимизацию ассортиментной политики и процесса использования имеющихся производственных мощностей выручка выросла на 1 914 тыс. руб. или на 18,49 %. Себестоимость производимой продукции увеличилась на 406 тыс. руб. или на 5,47 %. Темпы роста выручки в разы опережают темпы роста себестоимости, поэтому валовая прибыль увеличилась на 1 508 тыс. руб. или на 51,70 %.

Чистая прибыль от внедряемых мероприятий составит 863,36 тыс. руб. что на 286,83 % превышает прибыль, полученную в 2015 году.

В связи с увеличением прибыли и выручки рентабельность продаж увеличилась на 7 %, а рентабельность производства повысилась на 13 %. Затраты на рубль выручки снизились на 8 копеек, что говорит о том, что на каждый рубль выпущенной продукции предприятие ООО «Афисионадо» затраты снизятся на 8 копеек.

Результат данных показателей указывает на эффективность предложенного проекта и на то, что затраты на него можно считать оправданными.

Заключение

Таким образом, основным фактором производства, за счет которого определяется производственная программа, является его производственные мощности.

Производственные мощности являются исходным пунктом планирования производственной программы предприятия. Она отражает потенциальные возможности объединений, предприятий, цехов по выпуску продукции. Определение величины производственной мощности и ее использования занимает ведущее место в выявлении и оценке резервов производства.

Производственная мощность предприятия отображает выпуск продукции за год, который максимально может позволить себе предприятие, исходя из имеющихся у него средств труда в соответствии с выбранной специализацией, организацией производства и режимом его работы.

В первом разделе данной выпускной квалификационной работы рассмотрены понятие и сущность производственных мощностей предприятия, изучена методика определения производственной мощности предприятия и пути совершенствования использования производственных мощностей предприятия в современных условиях.

В ходе выпускной квалификационной работы была дана организационно-экономическая характеристика швейного предприятия ООО «Афисионадо», был проведен анализ производственно-экономической деятельности предприятия, который показал, что на предприятии за исследуемый период наблюдается резкое снижение чистой прибыли на 59,55 %. Это говорит о том, что предприятие несет большие потери, связанные с:

- увеличением оборотных средств предприятия;
- сформированием фондов и резервов повышения прибыльности;
- осуществлением реинвестирования в производство;
- увеличением фонда оплаты труда и командировочных расходов;

- отчисления по налогам;
- высоким уровнем дебиторской задолженности;
- неправильным ценообразованием;
- отчислениями в фонды обязательного социального страхования;
- выплатами процентов по кредитам, полученным в банках, и выплатой основного долга.

ООО «Афисионадо», не смотря на большие затраты и отрицательную динамику многих технико-экономических показателей, имеет положительную прибыль и потенциал к возможности улучшить свое финансовое состояние, повысить финансовую устойчивость и повысить качество выпускаемой продукции.

Основной задачей данной выпускной квалификационной работы было проведение анализа использования производственных мощностей предприятия ООО «Афисионадо», в ходе которого, было выявлено, что на предприятии сложилась следующая ситуация:

- бесперебойное и ритмичное выполнение заказов потребителей при минимальном количестве запасов на складе;

- производственная программа предприятия по выпуску продукции выполнена на 88,22 %. Причиной не выполнения плана могут быть, ошибки в снабжении производства материальными ресурсами, несвоевременный ремонт оборудования и внеплановые простои, низкая квалификация работников производства;

- план по ассортименту продукции выполнен на 91,9% ($10353 / 11271 * 100\%$).

- реализация почти всех товаров в динамике растет довольно высокими темпами;

- предприятие имеет устойчивый спрос всю выпускаемую продукцию и обладает глубоким ассортиментом.

- низкий коэффициент новизны, который равен 0,13, значение данного коэффициента указывает на то, предприятие не обновляет свой

ассортимент, и не выделяет денежных средств направленных на его обновление.

— низкий коэффициент рациональности 0,56, который указывает на то, что предлагаемый ассортимент неполно удовлетворяет реальные обоснованные потребности различных сегментов потребителей;

— коэффициента вариации на протяжении всего анализируемого периода равен 99,9 % , это говорит о том, что на протяжении всех трех лет спрос на продукцию предприятия остается неизменным и на высоком уровне.

— плановый фонд времени работы оборудования использован на 81% и свидетельствует о том, что производственная мощность оборудования используется не в полную мощность;

— оборудование по мощности используется не в полную силу - на 88%.

Таким образом, исходя из анализа производственных мощностей предприятия ООО «Афисионадо», оборудования, инструмента, оснастки и поставляемого сырья, было выявлено, что организация может расширить ассортимент за счет пошива постельного белья. Опираясь на данные анкетного опроса, который проводился в торговых центрах города Тольятти, и в котором было опрошено более 1000 потенциальных покупателей продукции предприятия ООО «Афисионадо», было определено, что стоит добавить в ассортимент предприятия комплекты постельного белья, средняя цена которого не должна превышать 1200 рублей, так как основным сегментом потребителей являются люди со средним уровнем дохода.

В третьем разделе был разработан ряд мероприятий, направленный на оптимизацию ассортиментной политики и процесса использования имеющихся производственных мощностей.

Предприятию было предложено расширить ассортимент производимой продукции. За счет данного мероприятия предприятие ООО «Афисионадо» улучшит показатели выполнения плана по производственной программе выпуска и реализации продукции, показатели ассортимента - коэффициент

новизны и рациональности и показатели использования производственных мощностей предприятия.

Реализация вышеописанного мероприятия предполагает разработку программы продвижения новой продукции с помощью эффективных и подходящих для специфики предприятия маркетинговых инструментов. Исходя из особенностей и возможностей деятельности предприятия ООО «Афисионадо» и сложившейся ситуации на рынке реализации аналогичной продукции было решено разработать интернет – магазин, основной задачей которого будет реклама и продвижения новой и реализации всей выпускаемой товарной номенклатуры.

Данные мероприятия позволят организации повысить объем производимой продукции, уровень использования парка оборудования и конкурентоспособность предприятия на рынке, а тем самым увеличить его прибыль и рентабельность.

В подведение итогов по данной выпускной квалификационной работе на тему «Разработка мероприятий по совершенствованию использования производственных мощностей предприятия ООО «Афисионадо»»:

— были рассмотрены и изучены теоретические основы совершенствования процесса использования производственных мощностей. Так же освоены ключевые понятия, сущность и методология расчета производственной мощности предприятия и пути совершенствования ее использования.

— был проведен комплексный деятельности ООО «Афисионадо», который позволил выявить как положительные стороны, так и отрицательные моменты использования производственных мощностей предприятия.

— были разработаны мероприятия по совершенствованию использования производственных мощностей, в ходе которых рентабельность продаж увеличилась на 7 %, а рентабельность производства повысилась на 13 %. Состоялась дозагрузка действующего парка

оборудования на 2 %, что говорит о том, что минимизируются убытки из-за неэффективного использования производственных мощностей.

Результат данных показателей указывает на эффективность предложенного проекта и на то, что затраты на него можно считать оправданными.

Следовательно, задачи выпускной квалификационной работы выполнены, цели достигнуты.

Список используемой литературы

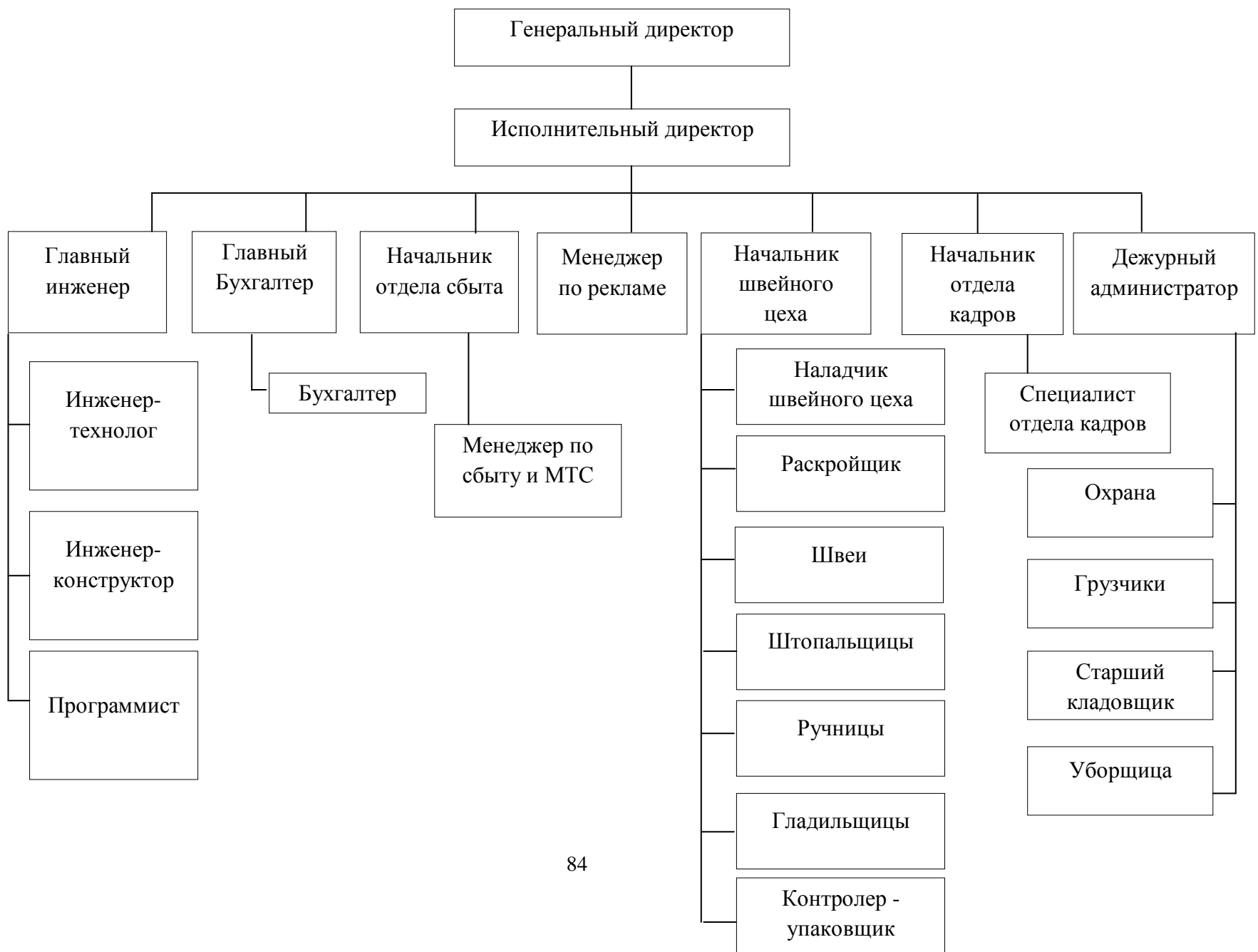
1. Абрютина М. С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [Текст] : учеб.-практ.пособие / М. С. Абрютина, А. В. Грачев. – Изд.3-е, перераб.и доп. – М.: Дело и Сервис, 2011. – 272 с.
2. Аристархов, П. В. Разработка элементов механизма управления экономическим потенциалом промышленного предприятия: автореф. дисс. к.э.н. / П. В. Аристархов. –Челябинск: ЮУГУ, 2014. – 172 с.
3. Баранов И. В. Формирование системы управления производственным потенциалом промышленного предприятия на основе использования эффективного методического инструментария [Текст] : автореф. дисс. к.э.н. / И. В. Баранов. – Орел: ОГТУ, 2013. – 195 с.
4. Бартова Е. В. Влияние производственного потенциала на повышение результативности деятельности промышленного предприятия [Текст] : автореф. дисс. к.э.н. / Е. В. Бартова. – Пермь: РАН УОИЭПФ, 2013. – 179 с.
5. Боргардт Е.А.Управление затратами: учеб.-метод. Пособие для студ спец 080502 «Экономика и управление на предприятии (машиностроение) всех форм обучения/ Е. А. Боргардт ; ТГУ ; Ин-т финансов, экономики и управления ; каф. "Менеджмент организации". - ТГУ. - Тольятти : ТГУ, 2010. - 235 с. : ил. - Библиогр.: с. 210-212. - Глоссарий: с. 213-233. - 74-09.
6. Вороной А. А. Методы оценки рыночного потенциала предприятия средствами маркетинговой информационно-аналитической системы: автореф. дисс. к.э.н. / А. А. Вороной. – СПб.: СПГИЭУ, 2011. – 147 с.
7. Гаврилова М. А. Формирование стратегии развития использования конкурентного потенциала промышленного предприятия: автреф. дисс. к.э.н. / М. А. Гаврилова. – СПб.: СПГУЭиФ, 2012. – 178 с.

8. Гальчина О. Н. Теория экономического анализа: учеб. пособие / О. Н. Гальчина, Т. А. Пожидаева. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 240 с.
9. Гончарова Л. Н. Оценка и механизм повышения эффективности использования производственного потенциала машиностроительных предприятий: автореф. дисс. к.э.н. / Л. Н. Гончарова. – Белгород, 2011. – 227 с.
10. Грибов В. Д. Экономика организации (предприятия): учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко. – Изд. 6-е, перераб. – М.: КноРус, 2014. – 416 с.
11. Дрейпер Норман Р. Прикладной регрессионный анализ / Норман Р. Дрейпер, Гарри Смит. – Изд. 3-е. – М.: Вильямс, 2011. – 912 с.
12. Дубинина, Н. А. Производственный потенциал промышленного предприятия и методы его оценки / Н. А. Дубинина // Вестник Астраханского государственного технического университета (Экономика). – 2012. – № 1. – С. 29-32.
13. Елецкий Н.Д. Экономическая теория: Учеб. пособие для вузов / Н.Д. Елецкий, О.В. Корниенко. - Ростов-на-Дону: МарТ, 2002. - 396 с.
14. Елисеева, Т. П. Экономика и анализ деятельности предприятий [Текст] : учеб. пособие / Т. П. Елисеева, М. Д. Молев, Н. Г. Трегулова. – М.: Феникс, 2014. – 480 с.
15. Зайцев Н. Л. Производственная мощность предприятия. Учебник/Н.Л. Зайцев. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 384 с.
16. Иванов И. Н. Экономика промышленного предприятия: учебник / И. Н. Иванов. – М.: Инфра-М, 2014. – 396 с.
17. Исаева Н. С. Диагностика производственно-финансового потенциала промышленного предприятия / Н. С. Исаева, Ю. С. Валеева // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 1(82).
18. Кантор, В. Е. Производственный потенциал предприятия: формирование и управление: автореф. дисс. д.э.н. / В. Е. Кантор. – СПб.: БГУ, 2011. – 140 с.

19. Курганская Н. И. Планирование и анализ производственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Н. И. Курганская, Н. В. Волкова, О. В. Вишневская. – М.: Феникс, 2011. – 320 с.
20. Лосева В. С. Производственный потенциал: оценка, управление: монограф. / В. С. Лосева. – Хабаровск: РИОТИП, 2011. – 240 с.
21. Маркарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Э.А. Маркарьян. - М.: КноРус, 2014. - 550 с.
22. Новицкий Н.И. Организация производства на предприятии. - М.: Финансы и статистика, 2012 г. - 388 с.
23. Новицкий Н.И. Организация производства на предприятии. - М.: Финансы и статистика, 2012 г. - 388 с.
24. Паньшин И. В. Адаптационный механизм управления потенциалом промышленного предприятия: автореф. дисс. к.э.н. / И. В. Паньшин. – Владимир: ВГУ, 2011. – 174 с.
25. Петрович А. В. Оценка производственного потенциала промышленного предприятия с учетом его рыночных возможностей [Текст] : автореф. дисс. к.э.н. / А. В. Петрович. – СПб.: СПГУТиД, 2011. – 141 с.
26. Пястолов С.М. Экономический анализ деятельности предприятий [Текст]: учебник / С.М. Пястолов. - М.: Трикта, 2015. - 576с.
27. Ревуцкий Л. Д. Потенциал и стоимость предприятия [Текст] / Л. Д. Ревуцкий. – М.: Перспектива ,2011. – 124 с.
28. Романов А. П. Экономический потенциал предприятия и его связи с ресурсным и производственным потенциалами / А. П. Романов, М. Н. Губанова // Университет им. В. И. Вернадского. – 2013. – № 7-9(30). – С. 223-229.
29. Савицкая Г. В. Анализ эффективности деятельности предприятия. Методологические аспекты: монограф. / Г. В. Савицкая. – Изд.2-е, исправ. – М.: Новое знание, 2011. – 160 с.

30. Скамай Л. Г. Экономический анализ деятельности предприятия [Текст] : учебник / Л. Г. Скамай, М. И. Трубочкина. – М.: Инфра-М, 2014. – 384 с.
31. Турманидзе Т. У. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебник / Т. У. Турманидзе. – М.: Экономика, 2014. – 480 с.
32. Умавов Ю. Д. Методические основы оценки производственного потенциала промышленного предприятия [Текст] : автореф. дисс. к.э.н. / Ю. Д. Умавов. – Махачкала: ДГУ, 2011. – 158 с.
33. Филатов О. К. Планирование, финансы, управление на предприятии [Текст] : практ.пособие / О. К. Филатов, Л. А. Козловских, Т. Н. Цветкова. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 384 с.
34. Храбрых С. А. Механизм управления производственным потенциалом промышленной фирмы (на примере предприятий г. Москвы) [Текст] : автореф. дисс. к.э.н. / С. А. Храбрых. – М.: ВЗФЭИ, 2014. – 175 с.
35. Цыганов И. Г. Производственный потенциал промышленного предприятия [Текст] : автореф. дисс. к.э.н. / И. Г. Цыганов. – Оренбург: ОГУ, 2011. – 181 с.
36. Чалдаева Л. А. Экономика предприятия: учебник / Л. А. Чалдаева. – М.: Юрайт, 2014. – 352 с.
37. Чезлова И. Н. Управление формированием производственного потенциала промышленного предприятия и оценка эффективности его использования в условиях рынка: автореф. дисс. к.э.н. / И. Н. Чезлова. – М.: МГИУ, 2011. – 220 с.
38. Черненко А. Ф. Финансовое положение и эффективность использования ресурсов предприятия / А. Ф. Черненко, Н. Н. Ильшева, А. В. Башарина. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 210 с.
39. Чечевицына Л. Н. Практикум по экономике предприятия/ Л. Н. Чечевицына, О. Н. Терещенко. – Изд.3-е, перераб. – М.: Феникс, 2014. – 256 с.

40. Чуев И. Н. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / И. Н. Чуев, Л. Н. Чуева. – Изд.3-е, перераб. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 384 с.
41. Agrawal V., Seshadri S. Manufacturing and Service Operations Management. Production capacity in factory, М.: Finance and Statistics, - 2011. - 410-423 p.
42. Mann R., Meyer E. Controlling for engineers: translation from German, М.: Finance and Statistics, – 2012. – 208 p.
43. Michael R. Leenders, Harold E. Fear on and supply management inventory. Logistics. – SPb.: Polygon – 2012. – 134 p.
44. Shim JC. Siegel JH Methods of cost management and cost analysis / translation from English. – М.: Filin, – 2016. – 344 p.
45. Yigal G., Yunzeng W. Concurrent pricing and lot sizing for make-to-order contract production. Int J Production Economic, - 2013. - 189-195 p.
46. ООО «Афисионадо» [Официальный сайт]. URL: <http://afisionado.ru/> (дата обращения 02.03.2017).
47. Понятие и планирование производственной мощности предприятия [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bestreferat.ru/referat-294422.html> (13.03.2017 г.)
48. Производственная мощность предприятия (цеха, участка), методика расчета [Электронный ресурс] URL: <http://www.bibliotekar.ru/economika-predpriyatiya-5/92.htm> (04.04.2017 г.)
49. Производственная мощность предприятия [Электронный ресурс] URL: <http://knowledge.allbest.ru/economy/2c0b65635b2ad68a5c43a1216c27.htm> (21.04.2017 г.)
50. Производственная мощность предприятия и факторы ее определяющие [Электронный ресурс] URL: <http://www.bestreferat.ru/referat-201536.html> (21.04.2017 г.)



Производственная программа по плану на 2015 год предприятия ООО
«Афисионадо» в натуральном выражении

№ п/п	Месяц	Объем реализации	Одежда для мужчин	Одежда для женщин	Одежда для детей	Ясельная одежда
1.	Январь	1750	735	386	239	387
2.	Февраль	2625	1103	578	358	581
3.	Март	3500	1470	771	477	774
1 квартал		878	369	193	120	194
4.	Апрель	2625	1103	578	358	581
5.	Май	2333	980	514	318	516
6.	Июнь	2042	858	450	278	452
2 квартал		780	328	172	106	173
7.	Июль	3208	1347	707	437	710
8.	Август	4667	1960	1028	636	1032
9.	Сентябрь	4375	1838	964	596	968
3 квартал		1365	573	301	186	302
10.	Октябрь	4083	1715	899	557	903
11.	Ноябрь	2333	980	514	318	516
12.	Декабрь	1458	612	321	199	323
4 квартал		878	369	193	120	194
	Итого за год	35000	14700	7711	4771	7742

Результат расчета производственной программы предприятия ООО
«Афисионадо» по факту на 2015 год

№ п/п	Месяц	Объем реализации	Одежда для мужчин	Одежда для женщин	Одежда для детей	Ясельная одежда
1.	Январь	1619	680	357	221	358
2.	Февраль	2500	1050	551	341	553
3.	Март	3500	1470	771	477	774
1 квартал		7619	3200	1678	1038	1685
4.	Апрель	2520	1058	555	343	557
5.	Май	2100	882	463	286	465
6.	Июнь	2042	858	450	278	452
2 квартал		6662	2798	1468	908	1474
7.	Июль	3000	1260	661	409	664
8.	Август	4511	1895	994	615	998
9.	Сентябрь	4213	1769	928	574	932
3 квартал		11724	4924	2583	1598	2593
10.	Октябрь	4083	1715	899	557	903
11.	Ноябрь	2333	980	514	318	516
12.	Декабрь	1458	612	321	199	323
4 квартал		7874	3307	1735	1073	1742
	Итого за год	30879	14229	7464	4618	7494

Результат выполнения производственной программы предприятия ООО
«Афисионадо» на 2015 год

№ п/п	Месяц	Объем выпуска продукции	Объем выпуска продукции	Отклонение, тыс. руб.	Отклонение, %
		План	Факт		
1.	Январь	1750	1619	-131	92,5
2.	Февраль	2625	2500	-125	95,2
3.	Март	3500	3500	0	100,0
1 квартал		7875	7619	-256	96,7
4.	Апрель	2625	2520	-105	96,0
5.	Май	2333	2100	-233	90,0
6.	Июнь	2042	2042	0	100,0
2 квартал		7000	6662	-338	95,2
7.	Июль	3208	3000	-208	93,5
8.	Август	4667	4511	-156	96,7
9.	Сентябрь	4375	4213	-162	96,3
3 квартал		12250	11724	-526	95,7
10.	Октябрь	4083	4083	0	100,0
11.	Ноябрь	2333	2333	0	100,0
12.	Декабрь	1458	1458	0	100,0
4 квартал		7874	7874	0	100,0
Итого за год		35000	30879	4121	88,22

Здравствуйте! Просим Вас принять участие в анкетном опросе, который позволит собрать идеи и предложения, которые помогут нам в большей мере удовлетворить Ваши потребности при покупке. Ваше мнение очень важно для нас!

1. Приобретали ли Вы ранее продукцию предприятия ООО «Афисионадо»?
 - a) Да;
 - b) Нет;
 - c) Да, но не знал, что это продукция данного предприятия.
2. Удовлетворяет ли Вас ассортимент предлагаемой продукции?
 - a) Да;
 - b) Нет;
 - c) Да, но не в полной мере.
3. Хотели бы вы видеть в ассортименте предлагаемой продукции комплекты постельного белья?
 - a) Да;
 - b) Нет;
 - c) Да, но не в полной мере.
4. Как часто Вы приобретаете постельное белье?
 - a) Очень часто;
 - b) Только в подарок или по мере необходимости;
 - c) Не покупаю.
5. И какой ткани Вы предпочитаете покупать постельное белье?
 - a) Бязь;
 - b) Поплин;
 - c) Шелк.
6. В каком ценовом диапазоне Вы готовы приобретать комплекты постельного белья?
 - a) От 600 до 1000;
 - b) От 1000 до 1500;
 - c) От 1500 и выше.