

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

управления является из факторов предприятия рынке.

эффективности ассортиментом предприятия приобретает актуальность в с тем, качество влияет только объем , но и целый показателей - хозяйственной предприятия, как , финансовая , оборачиваемость, .

Сбалансированный позволяет торговли только объемы , но и снизить в оборотных для товарных , что в итоге рост .

Информационной исследования данные статистики, аналитических , нормативно-акты, и научные по и планированию розничной , данные и управленческого ЗАО «» за 2018-2020 .

Цель курсовой в изучение анализа и структуры .

Достижение цели в решении задач:

- теоретические анализа ;
- провести ассортимента и продукции в «Исток»;
- рекомендаций улучшению и ассортимента ЗАО «» на 2020 г.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АНАЛИЗ И АССОРТИМЕНТ

1.1. Показатели, выпуск и продукция

того, охарактеризовать производства и продукции показатели и товарной .

Валовая - это выполненных и всей продукции, незавершенное . Выражается в ценах [7].

= Онзп . + ТП - кон. (1)

ВП - прибыль,

нач.- незавершенного на года,

- товарная ,

Онзп .- остаток производства конец .

ВП = - Онзп (2)

продукция - , если ее «оплате». также реализованной «по» - учитывается ,
отправленная в покупателя, еще оплаченная [1].

= О нрп + ТП - О кон. (3)

О нач - не продукции начало ,

О нрп . - остаток реализованной на года.

= ТП - (4)

На предприятиях оценки производства используется товарной . На данных объеме
продукции построение динамики производства и продукции длительный , как в
объеме, и по продукции [1].

из товарной , определяются труда, , фондоёмкость .

Товарная отличается валовой , что в не остатки производства и оборот. она в
ценах, в отчетном . По составу многих валовая совпадает с , если
внутрихозяйственного и незавершенного .

Анализ продукции в двух [2]:

- оценка годового по товарной ;

- анализ выпуска продукции ряд .

Анализ заданий плана объема товарной проводят данным или отчетности. плана ,
сопоставляя данные объема продукции с , определяя отклонение плана,
выполнения плана и роста к году.

1.2. Структура и продукция

, или ассортимент, - вся изделий, предприятием. включает виды . Вид делится ассортиментные (типы) в с функциональными , качеством, . Каждая состоит ассортиментных (разновидностей марок), образуют ступень . Товарный характеризуется (количеством групп), (количеством в каждой группе) и (соотношением предлагаемыми группами с зрения потребителей, использования, распределения и) [7].

Управление является из составляющих стратегии . Вопрос о либо ассортимента или продукции иметь решения в от комплекса условий: , товарная , размеры и прочие составляющие.

расширение неизбежно за увеличение . При положительные результаты изменений в могут место в будущем. целью ассортимента (, выпуск , сопутствующих под торговой) может реклама. В случае ассортимента рассматриваться, и всякие расходы - с зрения влияния денежные и финансовые [4].

Объем и реализации являются показателями. В ограниченных возможностей и спросе первое выдвигается производства . Но мере рынка и конкуренции производство объем , а наоборот, объем является разработки программы. должно только товары и в объеме, оно реально .

Объем и реализации продукции выражаться в , условно-, трудовых и измерителях. показатели производства получают с стоимостной . Основными объема служат и валовая [4].

Важное для выполнения программы и натуральные объемов и реализации (штуки, , тонны и т.д.). используют анализе производства и продукции отдельным и группам продукции.

-натуральные , как и , применяются обобщенной объемов продукции.

трудозатраты также обобщенной объемов продукции в случаях, в условиях производства представляется использовать или 0натуральные измерители.

внимание результаты деятельности ассортимент () и структура и реализации .

При ассортимента и выпуска предприятие учитывать, с стороны, на виды , а с другой - эффективное трудовых, , технических, , финансовых и ресурсов, в распоряжении. формирования включает в следующие моменты [3]:

- текущих и потребностей ;

- оценку конкурентоспособности или к выпуску ;
- изучение цикла и принятия, мер внедрению , более видов и изъятие производственной морально и экономически изделий;
- экономической и степени изменений в продукции.

выполнения по продукции производится с одноименного , который путем общего выпуска , заченного в плана ассортименту общий выпуск .

Причины плана ассортименту быть внешние, и внутренние. К относятся рынка, спроса отдельные продукции, материально- обеспечения, ввод в производственных предприятия независимым него [3].

Внутренние - недостатки в производства, техническое оборудования, простои, , недостаток , низкая производства. в системе и материального .

Увеличение производства одним и сокращение другим продукции к изменению структуры, т.е. отдельных , в общем, выпуске. план структуре - сохранить в выпуске запланированные отдельных видов [9].

структуры оказывает влияние все показатели: выпуска в оценке, , себестоимость продукции, , рентабельность. увеличивается вес дорогой , то ее в стоимостном возрастает, и . То происходит с прибыли увеличении веса и соответственно уменьшении низко- продукции.

формировании и структуры должно опрос данные продукции и эффективное трудовых, , финансовых . Система ассортимента [4]:

1. Определение покупателей.
2. уровня продукции.
3. жизненного изделий и своевременных по более видов .
4. Оценку риска в ассортименте .

Оценка плана ассортименту с помощью ассортиментности. определяется общего выпуска заченного в плана ассортименту общий выпуск .

Продукция, сверх или планом, засчитывается в плана ассортименту. наблюдается плана ассортименту, это быть рядом как (конъюнктура , изменение на виды ,

несвоевременный в действие мощностей), и внутренних (в организации , плохое состояние , недостатки в управления).

объема по видам и по приводит к ее (структура - отдельных , в общем, выпуске). план структуре сократить в выпуске запланированное отдельных видов. структуры большое на экономические , как выпуска в оценке, , прибыль, . Если удельный более продукции, объем выпуска в оценке и наоборот. же с размером . При удельного высокорентабельной объем и наоборот.

показателем предприятия качество . Его - одна форм борьбы, и удержания на . Высокий качества способствует спроса продукцию и суммы не за объема , но и счет высоких [3].

Качество - понятие, характеризует , эксплуатационные, , технологические, свойства , уровень стандартизации и , надежность и . Различают , индивидуальные и показатели продукции.

формировании и структуры продукции должно , с одной , спрос данный продукции, а с - наиболее использование , сырьевых, , технологических, и других , имеющихся в распоряжении.

- перечень продукции с объемов с различных .

Система ассортимента в себя основные [8]:

- определение и перспективных покупателей;

- уровня выпускаемой планируемой к продукции;

- жизненного изделия и своевременных по новых, совещенных продукции и из программы устаревших и изделий;

- экономической и степени изменений в продукции.

выполнения по продукции производится с одноименного , который путем общего выпуска , зачтенного в плана ассортименту, общий выпуск (продукция, сверх или предусмотренная , не в выполнение по).

ГЛАВА 2. СТРУКТУРА И ПРОДУКЦИЯ «ИСТОК»

2.1. Характеристика ЗАО «Исток»

Закрытое общество «» г. Пенза основано в 1927 и успешно на Пензенской вот более 80 , занимая позиции. В фирмы - новых продуктов, на рынки и зарубежных .

Производство на из современных в РФ и по Международной качества - . Компания минеральную и воду, газированные и квас.

марки: вода Исток, Исток, Исток; вода с серебром, Исток, .

Продукция Платиновых качества, Гран - на выставке в , является победителем 100 Лучших России.

«Исток» 11 октября 2002 регистратором МНС по району Пензы. Директор - Беззубцев Ильич.

ЗАО «» находится адресу 440600, г , ул. , 7, основным деятельности «Производство вод».

минеральная выпускаемая ЗАО «» г. Пенза из скважин. Исток - уникальной линзы с 90м. А Хрустальный - из из глубоких скважин в глубиной 445 м.

ЗАО «» осуществляет виды (в соответствии с ОКВЭД, при):

- производство продуктов, напитки;
- напитков;
- минеральных и других напитков;
- минеральных (основной деятельности);
- сточных , отходов и деятельность;
- территории и деятельность (вид);
- предоставление видов ;
- предоставление видов (дополнительный деятельности).

работает в отраслях (в соответствии с ОКОНХ):

- ;

- пищевкусовая (без , мясной, и молочной);

- производство напитков.

существования - стабильное прибыли и уровня выше по .

Наряду с областью - рынком - компания свою в Москву, регионов .

Источниками финансовых Компании «Исток» уставный , прибыль, отчисления, и другие , не закону. балансовой формируются , уплачиваются и другие законодательством . Уставный по на 1 2020 года 8264 .

Главным компании ее . Компания выполняет обязательства ними:

- оплачивает сотрудников в с результатами ;

- создает условия труда и развития ;

- предоставляет социальное ;

- информирует о дел в , перспективах и развития.

ЗАО «», благодаря производству, полностью потребность в прохладительных . Не останавливаться достигнутом, стремится покупателей в регионах и стран Зарубежья.

1.

Основные деятельности «Исток» 2018-2020 гг.

Показатели	Период исследования			Абсолютное Темп роста, в % отклонение				
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2020
1.Выручка, тыс.руб.	33533	35966	31098	433	4868	2435	107,25	86

2.Производственный персонал, чел	9	11	12	2	1	3	122,22	10
3.Зарботная плата, тыс. руб.	708	732	836	4	04	28	103,39	11
4.Материальные затраты, тыс. руб.	32216	36301	30491	4085	-5810	-1725	112,68	83
5.Основные производные фонды, тыс. руб.	1121	1216	1216	5	0	5	108,474	10
6.Амортизация, тыс.руб.	145	584	407	39	77	62	402,759	69
7.Оборотные средства, тыс. руб.	9866	9843	9245	23	598	621	99,767	93
8.Производительность труда, тыс. руб.	9725,889	3269,636	2591,5	-6456,253	678,136	7134,389	33,618	79
9.Зарплатаемкость, руб.	0,021	0,02	0,027	-0,001	0,006	0,006	96,396	13
10.Материалоотдача, руб.	1,041	0,991	1,019	0,05	,029	0,021	95,186	10
11.Материалоемкость, руб.	0,961	1,009	0,980	0,048	-0,028	0,019	105,058	97
12.Фондоотдача, руб.	29,913	29,578	25,574	-0,336	-4,003	-4,339	98,876	86
13.Амортизацияемкость, руб.	0,004	0,1624	0,013	0,012	-0,003	-0,001	375,513	80

14.Фондоемкость, руб.	0,033	0,034	0,039	0,001	0,005	0,005	101,137 11
15.Коэф.оборачиваемости оборот.ср-в	3,398	3,654	3,364	0,255	-0,29	-0,035	107,506 92
16.Коэф. Закрепления	0,294	0,274	0,297	-0,02	0,023	0,003	93,018 10

таблицы , что в 2020 самый уровень , который 31098 тыс.. В сравнении с 2018 это 2435 тыс.. меньше и же 4868 тыс.. меньше в 2019 году. основных фондов в 2020 они 1216 тыс. ., в сравнении с 2019 этот не . Амортизация на 177 . руб. в 2020 в сравнении с 2019 ., Оборотные с 2018 году по 2020 на 621 . руб. труда с 2018 по 2020 снизилась 7134,389 тыс. . Коэффициент оборотных в 2020 году в с 2018 уменьшился 0,035, а в сравнении с 2019 на 0,255, говорит о использовании средств.

2.2. Структура и ассортимент продукции предприятия «Исток»

2.

Бюджет ЗАО «» за 1 2020 г.

Показатели	Период, месяц			Изменение	
	январь	февраль	март	Февраль - январь.	Март- февраль
Средний объем продаж, тыс. шт.	469 620	479 013	488 593	9 392	9 580
Газированные напитки 1,5 л.	466 377	475 704	485 219	9 327	9 514

Сокодержавные напитки 1 л.	2 187	2 231	2 276	44	45
Квас 1,5 л.	1 042	1 063	1 084	21	21
Газированные напитки 0,5 л.	14	14	14	0	0
Средняя цена реализации,руб./шт.	30	30,6	31,212	0,6	0,612
Газированные напитки 1,5 л.	12	12,24	12,4848	0,24	0,2448
Сокодержавные напитки 1 л.	10	10,2	10,404	0,2	0,204
Квас	3	3,06	3,1212	0,06	0,0612
Газированные напитки 0,5л.	5	5,1	5,202	0,1	0,102
Выручка за месяц,тыс. руб.	5621598	5848710	6084998	227 112	236 287
Газированные напитки 1,5 л.	5596529	5822629	6057863	226 100	235 234
Сокодержавные напитки 1 л.	21874	22757883	23677301,47	883 716	919 418

Квас	3125	3251	3382	126	131
Газированные напитки 0,5 л.	69	72	75	3	3

Из видно, бюджет на вид увеличивается в месяце. В объем увеличился 9392 шт., а в на 9580 . Выручка же в месяце в феврале 227112 руб., а в на 236287 .

Таблица 3.

структуры товаров

«Исток» 2019-2020 гг., .

Группы товаров	Выручка за 2019 г.		Выручка за 2020 г.	
	руб.	%	руб.	%
Газированные напитки 1,5л.	26356	73,3	23911	76,9
Сокосодержащие напитки 1л.	6237	17,3	4605	14,8
Квас	2158	6,0	1895	6,1
Газированные напитки 0,5л.	1215	3,4	687	2,2
Итого	35966	100	31098	100

Таблица 4.

ассортимента товаров

«Исток» 2018-2020 гг., .

Группы товаров	Выручка за 2018 г., руб.	Выручка за 2019 г., руб.	Выручка за 2020 г., руб.	Выполнение плана, % 2019-2018 г.	Выполнение плана, % 2020-2019 г.	Принимается в зачет выполнения плана по ассортименту, руб. 2019-2018 г.	Принимается в зачет выполнения плана по ассортименту, руб. 2019
Газированные напитки 1,5л.	25150	26 356	23 911	105	90,7	25150	23 911
Сокосодержащие напитки 1л.	5328	6 237	4 605	117	73,8	5328	4 605
Квас	2015	2 158	1 895	107	87,8	2015	1 895
Газированные напитки 0,5л.	1040	1 215	687	117	56,5	1040	687
Итого	33533	35 966	31 098	-	-	33533	31 098

Из видно, план в 2019 по газированных был на 5%, сокосодержащие - 17%, на - на 7%, и газированные 0,5л - на 17%.

в выполнение по по группам 33533 тыс. .

% выполнения по = итого в зачет плана ассортименту / по .

% выполнения по = $33533 / 33533 = 100\%$, т.е. план полностью в 2019 .

План в 2020 по газированных был - на 9,3%, производству напитки - на 26,2%, квас - 12,2% недовыполнен и газированные 0,5л - на 43,5%.

в выполнение по по группам 31098 тыс .

% выполнения по = итого в зачет плана ассортименту / по .

% выполнения по = $31098 / 35966 = 86,5 \%$, т.е. план 2020 году.

ГЛАВА 3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ СТРУКТУРЫ И АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ «ИСТОК»

по структуре и продукции может на подходах:

1) изменение. процесс составной вертикальной деятельности и направлен расширение/ производства, с самостоятельным тех , которые закупались у поставщиков, а создание торговой для своей .

2) Горизонтальное . Одна составляющих горизонтальной . Представляет изменение в рамках проводимой либо в направлениях выход новые без на уровни в кооперации.

В с этим, ассортимента происходит нескольких :

- увеличение однородных : производство сортов, упаковки, , конфигурации и т. д. освоенной ;

- внедрение продуктов: новых направлений: ;

- продвижение новых (имеющих) продуктов;

- действий: ассортиментных на или уровнях .

Характеристику выхода тот иной расширения необходимо с позиции в:

- новых -исследовательских ;

- дополнительном .

Насущный для -изготовителя - ли стандартный , годный всех рынков, приспособлять к специфическим и особенностям отдельного , создавая этого число базового . И в том, и в случаях свои и минусы.

, хотя стандартного , единого всех , весьма , но нередко неосуществимо. В же политика не себя там, условия позволяют частичную полную (универсализацию) .

К выгодам рода товара отнести:

- затрат производство, , сбыт и ;
- унификацию комплекса ;
- ускорение капиталовложений и .

Неполное (в сравнении с) потенциальных рынка, гибкая маркетинга меняющиеся условия в случае нововведения.

или , товара более использовать «» возможности с учетом их в отдельных страны и странах, те ниши, нет или незначительна.

определение направления в стратегии - дело, с необходимостью и расширения мощностей, и перестройки сети и, , расширения маркетинга.

В счете, стандартизации, или сочетания от условий изготовителя и конечным - уровнем эффективности и его , достигаемых с этих .

Важный улучшения и в целом политики - из неэффективных . Изыматься товары, устаревшие и , неэффективные, и, возможно, некоторым .

Принятию об или товара в предприятия оценка показателей товара рынке. этом учитывать информацию всех , где реализуются, установить объем и уровень (прибыльности) в , которые изготовителю из товаров.

вывод сказанного своевременного товара ассортимента в том, изготовитель организовать контролем поведением на , за жизненным . Только таком будет полная и информация, принимать решения.

В результате работы сделать , что структуры и продукции сложным и процессом, которого формирование информации разработки продукции прекращение из .

При анализа было , что в 2019 году производству напитков перевыполнен 5%, на - на 17%, квас - 7%, и на напитки 0,5л - 17%.

Засчитали в плана ассортименту всем товаров 33 533 . руб.

в 2020 году производству напитков невыполнен - 9,3%, по сокосодержащие невыполнен - 26,2%, на - на 12,2% и по напитки 0,5л - 43,5%.

Засчитали в плана ассортименту всем товаров 31098 .руб.

данной работы за решения задач:

- счет теоретических структуры и продукции;
- счет анализа и ассортимента ;
- за разработки по структуры и продукции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анализ деятельности в . / Под . В.И. Стражева. - : Высшая , 2018. - 254 с.
2. Боряев, В. Е. Товароведение дикорастущих плодов, ягод и лекарственно-технического сырья. Учебник / В.Е. Боряев. - М.: Экономика, 2016. - 208 с.
3. Брандман, С. Товары для личных подсобных хозяйств. Справочник / С. Брандман. - М.: Экономика, 2019. - 192 с.
4. Букинистическая торговля. - М.: Издательство МПИ, 2018. - 236 с.
5. Гончарова, В. Товароведение пищевых продуктов / В. Гончарова, В. Романенкова. - М.: Экономика, 2015. - 288 с.
6. Горелова, ; Товароведение Продовольственных Товаров / ; Горелова. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2018. - 909 с.
7. Гиляровской, Л.Т. анализ. / ред. Л.Т. . /- М.: ЮНИТИ-, 2016. - 614 с.
8. Дембинский, Н.В. теории анализа./-М.: , 2018. - 261 с.
- 9 Каплин, А. А. Пушнина СССР / А.А. Каплин. - М.: Внешторгиздат, 2018. - 459 с.
10. Ковалев, В.В. анализ: капиталом, инвестиций, отчетности. / В.В. . / - М.: Финансы и , 2019. -285 с.
11. Ковбасюк, М.Р. финансовой предприятия с ПЭВМ. / М.Р. /- М.: Финансы и , 2018. - 284 с.
12. Крутов, Д.В. Взрывной рост продаж в розничном магазине / Д.В. Крутов. - М.: Питер, 2017. - 345 с.

13. Куденцов, Н. Д. Товароведение продовольственных товаров / Н.Д. Куденцов. - М.: Экономика, 2014. - 234 с.
14. Куденцов, Н.Д. Товароведение продовольственных товаров / Н.Д. Куденцов. - М.: Государственное издательство торговой литературы, 2017. - 334 с.
15. Кузнецов, Б. А. Основы товароведения пушно-мехового сырья / Б.А. Кузнецов. - М.: Международная книга, 2019. - 412 с.
16. Кузнецова, Л.М. Количественно-качественный учет зерна и зернопродуктов / Л.М. Кузнецова. - М.: ДеЛи принт, 2018. - 501 с.
17. Любушин, Н.П., анализ . пособие вузов./ Н.П. / - М.: ЮНИТИ 2019. - 423с.
18. Маха, Роман Калькулирование себестоимости по прямым издержкам / Роман Маха. - М.: Омега-Л, 2019. - 144 с.
19. Мервин, К. Мак-Мастер Как покупать и продавать лабораторное оборудование. Практическое руководство / Мервин К. Мак-Мастер. - М.: Профессия, 2016. - 240 с.
20. Нилова, Л.П. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров / Л.П. Нилова. - М.: Гиорд, 2019. - 645 с.
21. Новаков, А. А. Секреты розничной торговли. Вопросы и ответы / А.А. Новаков. - М.: Инфра-Инженерия, 2016. - 594 с.
22. Орловский, Э. И. Товароведение культтоваров / Э.И. Орловский, В.В. Платонов, М.И. Бершадский. - М.: Экономика, 2018. - 368 с.
23. Парфентьева, Т. Р. Мясные и рыбные товары. Товароведение / Т.Р. Парфентьева, З.А. Стародубцева. - М.: Экономика, 2017. - 264 с.
24. Паршикова, В. Н. Товароведение и экспертиза бытовых химических товаров / В.Н. Паршикова. - М.: Академия, 2015. - 224 с.
25. Русак, Н.А., финансового ,/ Н.А. Русак, В.А. /- Мн.: , 2018.-196с.
26. Г.В. Экономический ./- М.: Новое , 2017. - 640 с.
2. Твердюкова, Е. Д. "Преступления без жертв". Уголовно-правовая охрана советской торговли (на материалах предвоенного Ленинграда) / Е.Д. Твердюкова. - Москва: РГГУ, 2018. - 320 с.

23. Тимофеева, В. А. Товароведение продовольственных товаров / В.А. Тимофеева. - М.: Феникс, 2014. - 480 с.
27. Угринович, Б. А. Что полезно знать тем, кто покупает мед / Б.А. Угринович, А.С. Фарамазян. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 287 с.
28. Ходыкин, А. П. Товароведение и экспертиза культтоваров. Товары для спорта и активного отдыха. Учебник / А.П. Ходыкин. - М.: Дашков и Ко, 2018. - 350 с.
29. Шепелев, А. Ф. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров / А.Ф. Шепелев, И.А. Печенежская. - М.: ИКЦ "МарТ", Издательский центр "МарТ", 2016. - 688 с.