

**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Отчет по практике НИР: «Совершенствование политики роста бизнеса компании»

Содержание

Введение.....	4
1 Анализ развития и перспективы рынка кондитерских изделий в России и в мире с 2016-2025гг.	6
2 Методический инструментарий комплексной оценки хозяйствующего субъекта.....	12
3 Оценка системы политики роста бизнеса компании ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»	16
3.1 Общая характеристика деятельности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика».....	16
3.2 Анализ основных финансовых показателей компании ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»	21
4 Финансовые проблемы и пути совершенствования политики роста бизнеса компании ПАО «Воронежская кондитерская фабрика»	27
Заключение	31
Список использованных источников	33
Приложения	35

Введение

Актуальность темы отчета по НИР на тему: «Совершенствование политики роста бизнеса компании» является наиболее важной в период нестабильной геополитической ситуации в стране и в мире. Введение большого количества санкций в отношении России, затянувшийся военно-украинский конфликт, который начался в феврале 2022 года, а также продолжительная пандемия- 2019 года отрицательным образом сказались на снижении численности населения и падения покупательской способности. Пандемия, с одной стороны, способствовала развитию рынка электронной коммерции, с другой стороны, снизила доходы организаций работающих в оффлайн среде. Особую популярность на рынке электронной коммерции получили маркетплейсы, однако, продавцу необходимо оплачивать определенный процент с продаж маркетплейсу, что также уменьшает объемы прибыли.

Найти новые ниши для развития и роста бизнеса в настоящих условиях крайне сложно, тем не менее, отсутствие стратегии, способствующей росту бизнеса, может привести к его банкротству и закрытию. Не мало крупных предприятий в 2021 году не только не дополучили прибыли, но и образовали большой убыток в строке чистая прибыль. За 2022 год пока отсутствуют данные бухгалтерской отчетности, но можно предположить, что они будут не самыми лучшими.

В связи с изложенной актуальностью научно-исследовательской работы, целью практики является формирование профессиональных знаний и компетенций, направленных на получение навыков построения теоретических и экономических моделей, приобретение способности анализа и восприятия информации, подготовке обзоров и аналитических расчетов.

Задачами производственной практики (НИР) являются: изучение данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических

процессах и явлениях в выбранной предметной отрасли и их динамики; исследование методик построения, анализа и применения статистических и эконометрических моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических явлений и процессов; обобщение и применение методического инструментария комплексной оценки функционирования отрасли (хозяйствующего субъекта); выявление основных экономических и финансовых проблем в исследуемой отрасли и формулировка предложений по их решению.

Объектом исследования была выбрана кондитерская фабрика ОАО «Воронежская кондитерская фабрика». Предмет исследования- политика роста бизнеса компании ОАО «Воронежская кондитерская фабрика».

Информационной базой исследования послужили данные бухгалтерской и статистической отчетности объекта исследования, статистическая отчетность по развитию рынка кондитерских изделий в России и в мире, учебные пособия по изучаемой проблеме исследования, различные рейтинги и источники сети Интернет.

Структурно производственная практика (НИР) состоит из введения, заключения, четырех разделов, списка использованных источников и приложений. В первом разделе представлен анализ развития и перспективы рынка кондитерских изделий в России и в мире. Второй раздел рассматривает основные экономические показатели, которые характеризуют эффективность бизнеса компании. В третьем разделе дана характеристика объекта исследования, проведен анализ основных экономических показателей ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» в динамике. В четвертом разделе отчета определены слабые места и предложены возможные пути роста бизнеса анализируемой компании.

Практическая значимость исследования- предложенные рекомендации могут быть применены на практике анализируемой кондитерской фабрики.

1 Анализ развития и перспективы рынка кондитерских изделий в России и в мире с 2016-2025гг.

В 2021 г. мировой рынок мучных кондитерских изделий составил 76,9 млн. тонн, что составляет 516,3 млрд. долл. США. На протяжении всего анализируемого периода мировой рынок в стоимостном выражении имел положительную динамику со среднегодовым темпом роста в 2,6%. В 2025 г. мировой рынок мучных кондитерских изделий, по прогнозам, составит 572,1 млрд. долл. США, что на 10,8% больше показателя 2021 г., рисунок 1.

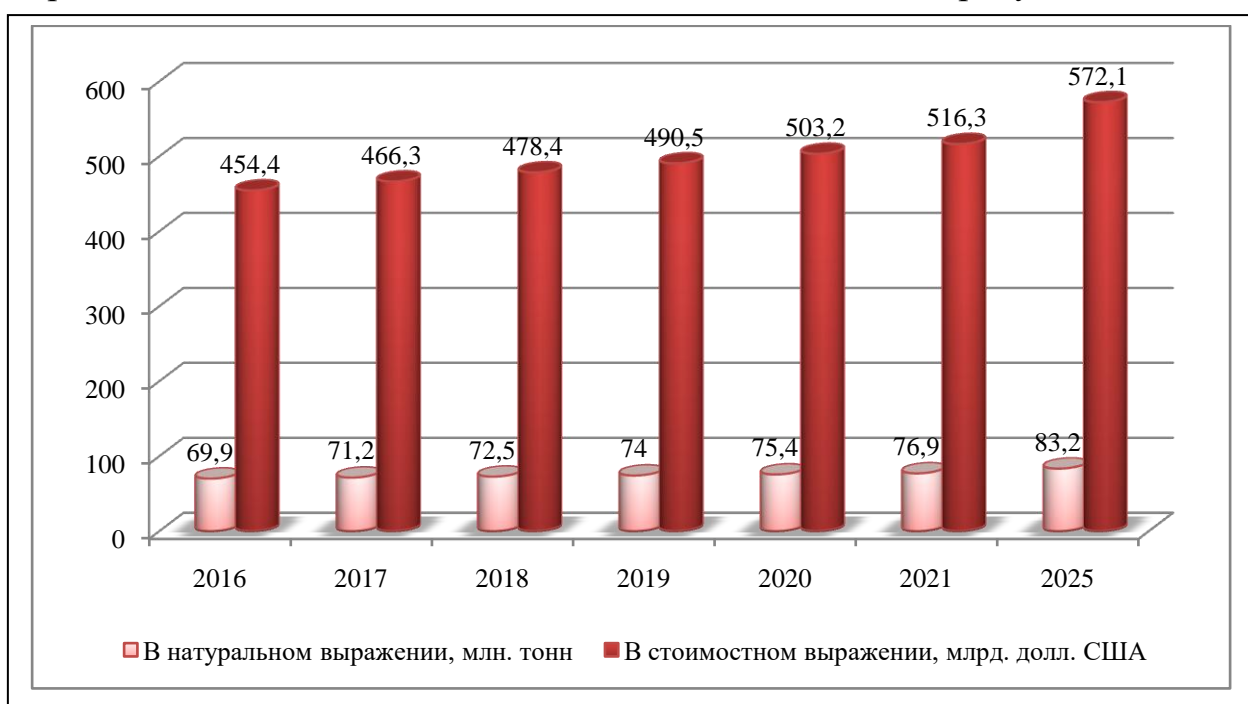


Рисунок 1- Динамика мирового рынка мучных кондитерских изделий с 2016–2025 гг.[8]

За последние пять лет наибольшие темпы роста продемонстрировал сегмент хлебобулочных изделий, а также тортов и пирожных. Согласно оценкам, емкость мирового рынка данных сегментов в 2021 г. составила 97,6 млрд. долл. США и 121,6 млрд. долл. США соответственно. Среди всех категорий мучных кондитерских изделий в 2021 г. наибольшую долю занимал хлеб - 24,8%, торты и пирожные - 23,5%, хлебобулочные изделия - 18,9% и печенье - 16,7%, таблица 1.

Таблица 1- Структура мирового рынка мучных кондитерских изделий по видам с 2016-2025гг., млрд. долл. США[8]

Показатели	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	2025г.
Хлеб	117,1	119,3	121,5	123,7	126,0	128,3	137,8
Торты и пирожные	105,6	108,7	111,8	114,9	118,2	121,6	137,1
Хлебобулочные изделия	85,3	87,7	90,1	92,5	95,0	97,6	108,5
Печенье	75,7	77,7	79,8	81,9	84,0	86,2	95,6
Прочие виды	70,7	73,0	75,3	77,6	80,0	82,5	93,2
Итого	454,4	466,3	478,4	490,5	503,2	516,3	572,1

Российский рынок кондитерских изделий за 2017–2021 гг. показывал разнонаправленную динамику. В 2019 г. объем их производства показал рост в 2,6% и достиг пика, после чего, в 2020 г., наблюдалось снижение на 3,1%. В 2021 г. производство вновь показало рост в 2,4%. При этом стоит отметить, что эта тенденция не распространялась на мучные кондитерские изделия, которых в 2020 г. и 2021 г. было произведено на 1,3% и 3,6% соответственно меньше по отношению к предыдущему году, рисунок 2. [8]

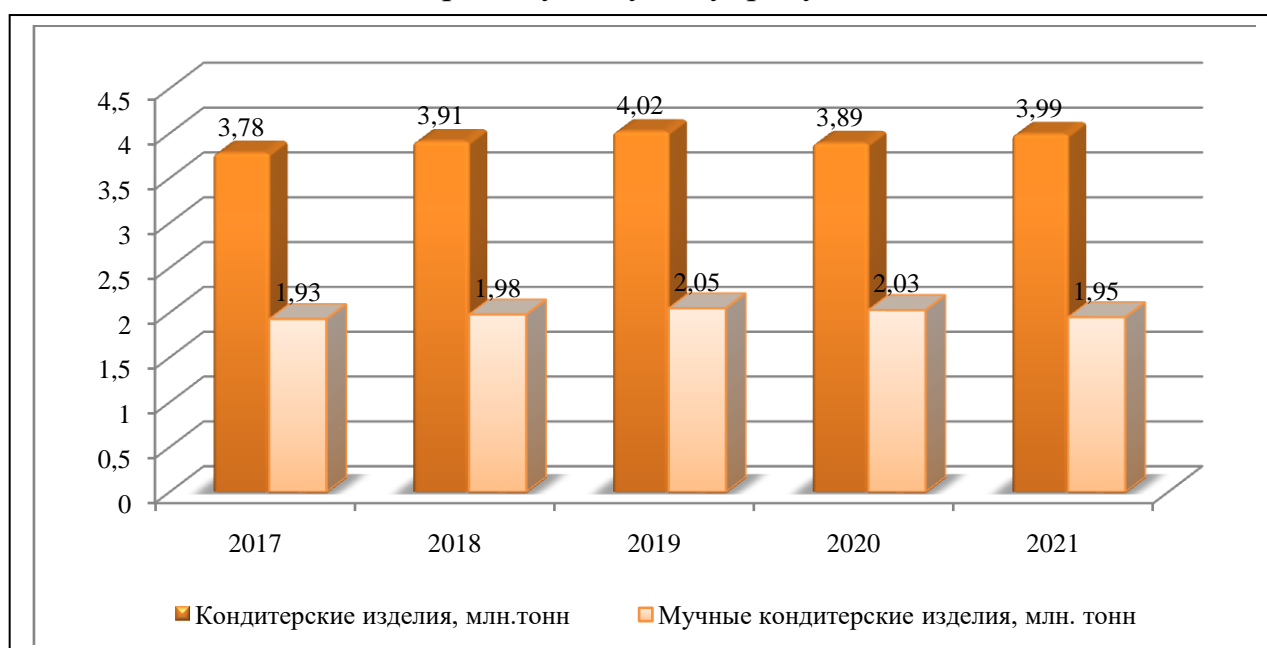


Рисунок 2- Динамика производства кондитерских изделий в России с 2017–2021 гг. [8]

Крупнейшими компаниями-производителями мучных кондитерских изделий в России являются: ООО «КДВ-Яшкино», ООО «Мон'ДэлисРусь», ОАО «Хлебпром», «Объединенные кондитеры», ООО «Чипита», таблица 2.

Таблица 2- Крупнейшие компании-производители мучных кондитерских изделий в России

№ п/п	компания	описание
1	ООО «КДВ-Яшкино»	Компания входит в структуру одного из крупнейших производителей кондитерской и снековой продукции в России - «КДВ Групп». В ассортимент продукции входят бисквиты, кексы, крекеры, вафли, печенье и пряники, которые продаются практически во всех регионах России. Основные производства расположены в Сибирском и Центральном федеральном округах. Сайт: www.kdv-group.com
2	ООО «МонДэлис Русь»	Входит в группу Mondelez International, представлена на рынке России более 20 лет. Выпускает продукцию под брендами «Юбилейное», «Медвежонок Барни», TUC, belVita, OREO и др. Основное производство расположено во Владимирской области. Сайт: www.mondelezinternational.com/Russia
3	ОАО «Хлебпром»	Выпускает продукцию под брендами «Мой», «Усладов», «Русская нива», «Частная галерея», Bakerton и др. Имеет заводы в Московской, Смоленской и Челябинской областях. Сайт: www.hlebprom.ru
4	«Объединенные кондитеры»	Крупный холдинг, в который входят 19 кондитерских фабрик в 15 регионах России. Производит кондитерскую продукцию под брендами «Аленка», «Коровка», ЕСО и др. Сайт: www.uniconf.ru
5	ООО «Чипита»	Международная компания, реализующая продукцию в 56 странах. Выпускает продукцию под брендами 7Days и Chipicao. В России производство находится в г. Санкт-Петербург. Сайт: www.chipita.com

По итогам 2021 г. объем потребления мучных кондитерских изделий в России снизился на -5,8% к уровню предыдущего года и составил 1768,7 тыс. тонн. Пик потребления мучных кондитерских изделий пришелся на 2019 г., когда он достиг 1937,4 тыс. тонн. Потребление мучных кондитерских изделий на душу населения в России в 2021 г. составило около 12,1 кг/чел., снизившись по отношению к 2020 г. на 5,5%, что составляет примерно половину душевого потребления всех кондитерских изделий в стране, рисунок 3. [8]

Рассмотрим показатели импорта кондитерских изделий в России. Согласно данным ФТС России, российский импорт мучных кондитерских

изделий по итогам 2021 г. в натуральном выражении составил 154,2 тыс. тонн, что на 7,1% выше уровня предыдущего года (144 тыс. тонн в 2020 г.).



Рисунок 3- Потребление кондитерских изделий на душу населения в России с 2017-2021гг. [8]

В стоимостном выражении объем импорта в 2021 г. показал еще более существенный рост, на 16,8% к уровню 2020 г., и составил 434,0 млн. долл. США, рисунок 4.



Рисунок 4- Динамика импорта кондитерских изделий в Россию с 2017-2021гг. [8]

В 2021 г. в структуре стоимостного импорта мучных кондитерских изделий преобладали прочие мучные кондитерские изделия (код ТН ВЭД ЕЭАС 1905 90) с долей 62,4%, а также сладкое сухое печенье (18,1%) и вафли

(12,5%). В числе ключевых поставщиков мучных кондитерских изделий на российский рынок в 2021 г. можно выделить страны ЕС, а именно Польшу (28,6%), Германию (18,0%) и Италию (9,6%). Осуществлялся также импорт из Белоруссии, Казахстана, Турции и других стран.

Рассмотрим показатели экспорта кондитерских изделий из России. В 2021г. объем поставок российской продукции на зарубежные рынки составил 338,6 тыс. тонн, что на 15,4% выше уровня предыдущего года. Экспортная выручка в 2021 г. составила 557,4 млн. долл. США (+22,6%), рисунок 5. [8]

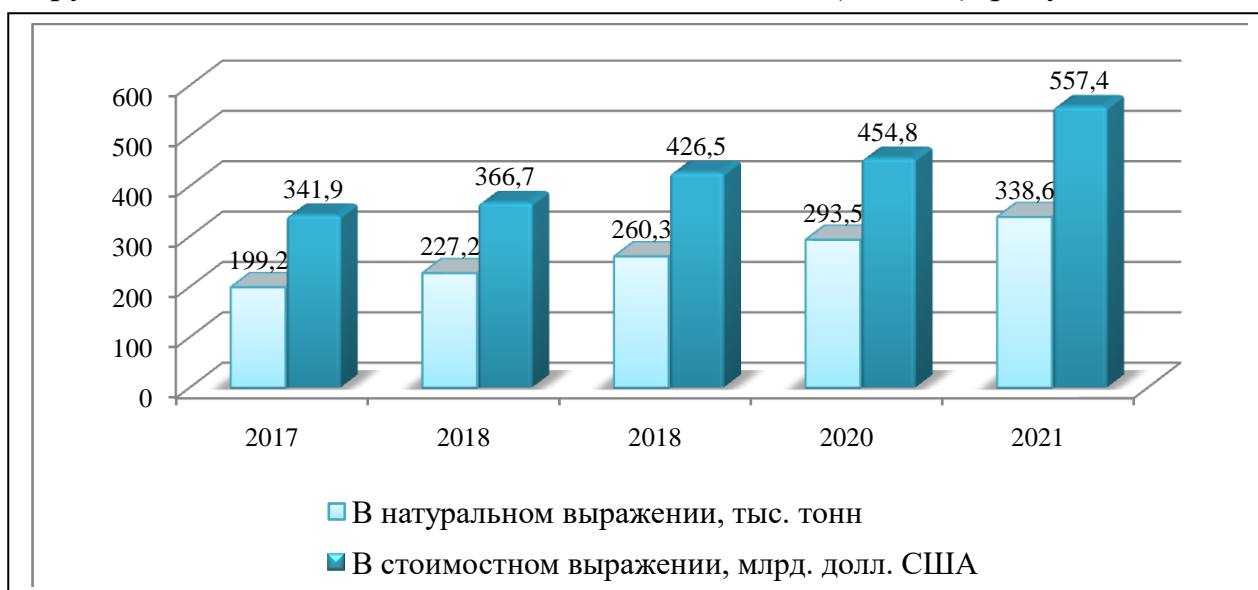


Рисунок 5- Динамика экспорта мучных кондитерских изделий из России с 2017-2021гг. [8]

В структуре российского экспорта в 2021 г. преобладали прочие мучные кондитерские изделия (код ТН ВЭД ЕАЭС 1905 90) с долей 43,7%, сладкое сухое печенье (24,9%), а также вафли (24,4%). Ключевыми покупателями российской продукции в 2021 г. являлись Казахстан (32,1%), Беларусь (19,8%) и Киргизия (6,9%).

Производство кондитерских изделий в России в целом характеризуется растущей динамикой. В совокупности с текущими тенденциями мирового импорта российский экспорт мучных кондитерских изделий может превысить 550 тыс. тонн (более 900 млн. долл. США). В качестве ключевых направлений сбыта российских мучных кондитерских изделий следует рассматривать Китай и страны СНГ (в первую очередь, Казахстан, Беларусь,

Киргизия, Азербайджан, Узбекистан) - рынки, которые характеризуются устойчивым спросом на российскую продукцию. Также перспективными являются поставки в страны Европы, Африки, Азии.

Для того, чтобы кондитерское предприятие приносило доход и было конкурентоспособным, необходимо постоянно анализировать динамику и структуру экономических показателей, своевременно разрабатывать антикризисные мероприятия. Для того, чтобы подробнее описать инструментарий комплексной оценки хозяйствующего субъекта, перейдем к следующему разделу научно-исследовательской работы.

2 Методический инструментарий комплексной оценки хозяйствующего субъекта

Комплексная оценка хозяйствующего субъекта включает в себя целый ряд экономических показателей, это и показатели финансовой устойчивости, деловой активности, прибыльности, рентабельности и другие. Основные экономические показатели предприятия - это набор ключевых коэффициентов, которые отражают эффективность главных направлений деятельности фирмы.

Назначение основных экономических показателей предприятия напрямую зависит от их вида. Одни показывают доходность фирмы, вторые отражают рентабельность, кредитоспособность, третьи способны оценить оборачиваемость фондов, активов и т.д. Но в целом, анализ основных экономических показателей позволяет рецензировать продуктивность общей деятельности компании. Ключевые факторы не имеют единой единицы измерения. Все дело в том, что одни показатели могут быть представлены в рублях, другие в объеме, а третьи коэффициентами.

Аналитические показатели делятся на: абсолютные и относительные.

Абсолютные показатели выражаются в денежных, натуральных измерителях или через трудоемкость. Относительные показатели показывают соотношения каких-либо двух абсолютных показателей. Они определяются в процентах, коэффициентах или индексах. В таблице 3 представлены основные показатели для расчета абсолютных или относительных отклонений.

Для определения абсолютных показателей нет необходимости прибегать к дополнительным вычислениям. Достаточно обратиться к бухгалтерским документам отчетного и прошлого периодов. Далее найденные результаты сравнивают между собой, что может говорить об объеме фирмы или о росте, а также стагнации. [10]

Формула абсолютных отклонений:

Изменение показателя абсолютное = Величина показателя текущая – Величина показателя базовая.

Формула относительных отклонений:

Изменение показателя относительное = Изменение абсолютное / Величина показателя базовая × 100 %.

Таблица 3-Основные экономические показатели предприятия для расчета абсолютных или относительных отклонений[10]

№ п/п	Показатель	Описание
1	Выручка (доходность)	Доход рассматривают в количественном выражении. Его сравнивают с результатами предыдущего периода, а также с прибылью других компании, занимающихся аналогичными видами деятельности.
2	Валовой доход	Маржинальная прибыль показывает, покрыли ли доходы все затраты на производство и реализацию продукции. Положительный показатель говорит об успешности функционирования, а отрицательный о том, что прибыль не в состоянии покрыть все затраты.
3	Чистая прибыль	Данный показатель отражает уровень доходности фирмы. То есть, сколько компания заработала после вычета совершенно всех расходов.
4	Нераспределенная прибыль	Нераспределенная прибыль говорит о том, насколько успешно предприятие совершает капиталовложения.
5	Чистые активы	Данный показатель должен быть всегда положительным. Отрицательное значение говорит о недостатке прибыли и о росте обязательств.

Оценка рентабельности - одно из направлений финансового анализа деятельности предприятия. Главное назначение показателей рентабельности - оценить эффективность использования менеджментом различных видов ресурсов, активов и капитала предприятия. Исходя из этого, все показатели рентабельности являются относительными и определяются по общей схеме: рассчитывают соотношение разных видов прибыли (валовой, операционной, прибыли до налогообложения, чистой) к разным видам сформировавших ее потоков или к активам (капиталу), использованным для получения этой прибыли. Наиболее часто в анализе оцениваются рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, таблица 4.

Группа показателей устойчивости предприятия способны показать, способна ли компания преодолеть возможные трудности, существуют ли в

компании сложности с получением доходов и т.д. А ликвидность указывает на достаточность активов фирмы для выполнения всех обязательств в полном объеме за один раз, например в случае ликвидации предприятия.

Таблица 4- Характеристика некоторых видов показателей рентабельности[10]

№ п/п	Показатель	Описание
1	Рентабельность продаж	Коэффициент отражает доходность фирмы от одного потраченного на производство продукции рубля.
2	Рентабельность собственного капитала	Указывает на состояние собственного капитала фирмы по сравнению с чистой прибылью.
3	Рентабельность активов	Рентабельность активов, отражает, насколько эффективно использование активов.

Основными показателями оборачиваемости являются оборачиваемость собственного капитала, запасов, дебиторской и кредиторской задолженности. Наиболее часто в экономическом анализе анализируются следующие показатели оборачиваемости: оборачиваемость собственного капитала, оборачиваемость запасов, оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности, таблица 5.

Таблица 5- Характеристика некоторых показателей оборачиваемости предприятия[10]

№ п/п	Показатель	Описание
1	Оборачиваемость собственного капитала	Низкая оборачиваемость может быть даже в том случае, если компания получает хороший процент от продажи продукции. То есть, товары фирмы плохо продаются на рынке. В связи с этим стоит подумать о снижении расценок.
2	Оборачиваемость запасов	Коэффициент показывает, насколько эффективно предприятие использует запасы.
3	Оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности	Если фирма функционирует эффективно, то оборачиваемость дебиторской задолженности будет выше, чем кредиторской.

Выше были рассмотрены некоторые экономические показатели, которые применяются при оценке деятельности хозяйствующего субъекта. Более подробно формулы расчета показателей представлены в Приложении А. Кроме выше перечисленного, в анализе могут также даваться оценка

прогнозных показателей банкротства предприятия. При этом существует множество методик оценки банкротства. Более подробно данные методики представлены в Приложении Б. Для того, чтобы на примере анализируемой компании дать оценку экономическим показателям, перейдем к следующему разделу научно-исследовательской работы.

3 Оценка системы политики роста бизнеса компании ОАО

«Воронежская кондитерская фабрика»

3.1 Общая характеристика деятельности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» – это одно из крупнейших предприятий-производителей кондитерских изделий в России. Компания организована в форме открытого акционерного общества и осуществляет свою деятельность на основании ФЗ «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 N 208-ФЗ (с изм. от 01.01.2023) [1], ГК РФ, ТК РФ, устава предприятия и иных нормативно-правовых актов. За более чем 85 лет своего существования фабрика превратилась в предприятие, способное производить более 100 наименований кондитерских изделий: конфеты, карамель, печенье, вафли, зефир, драже, рисунок 6. [4]

Конфеты	
Карамель	
Драже	
Вафли	
Зефир	
Конфеты в коробках	
Шоколад	
Коллекция сладостей на фруктозе	
Фокусный ассортимент	
Праздничный ассортимент	

Рисунок 6- Ассортимент ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

Более подробно ассортимент компании ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» представлен в Приложении В. Качество продукции фабрика гарантирует тщательным соблюдением всех нормативов и ГОСТов Российской Федерации, а также европейских условий и стандартов производства. Вся продукция не содержит ГМО (генетически модифицированных организмов). В 2009 году фабрика была сертифицирована по новой международной системе ИСО 22000 («Система менеджмента безопасности пищевой продукции»).

Благодаря высокому качеству ингредиентов продукция имеет большой успех на региональном, общероссийском и международном рынках. Большим спросом пользуются фирменные конфеты «Песни Кольцова» и «Воронежские»; карамель «Солнышко», «Сорока-белобока», «Фруктик», «Лакомка»; вафли «Автогонки» и «Попрыгунья-стрекоза». [4]

Визитной карточкой и приоритетным направлением развития фабрики в последние годы является производство кондитерских изделий функционального назначения под торговой маркой «Добрый Совет», не содержащих сахар, с использованием сахарозаменителя фруктозы. Марка является уникальной зонтичной маркой на рынке функциональных продуктов и включает широкий спектр кондитерских изделий на фруктозе: конфеты (желейные, пралиновые, сбивные) и вафли. Приоритеты компании - это стабильное качество продукции, своевременное выполнение заказов, уважение наших партнеров и покупателей, долгосрочное сотрудничество. Воронежская кондитерская фабрика постоянно работает над расширением ассортимента и улучшением качественных показателей продукции.

Сегодня Воронежская кондитерская фабрика это: 18 производственных линий; более 35 000 тонн готовой продукции в год; более 100 наименований кондитерских изделий; выпуск продукции функционального назначения под маркой «Добрый совет»; ежегодный выпуск новинок; музей истории предприятия и экскурсии на производство. Среднесписочная численность работников: по состоянию на 01.01.2022г. составляет 1255 человек.

Компания ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» имеет множество наград, рисунок 7. Более подробно награды компании представлены в Приложении В.



Рисунок 7-Некоторые награды ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» [4]

С 2003 года ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» входит в состав Холдинга «Объединенные кондитеры». Холдинг «Объединенные кондитеры» входит в Группу «Гута» и является крупнейшим кондитерским предприятием в Восточной Европе, объединяя 19 российских фабрик, в том числе крупнейшие московские предприятия «Красный Октябрь», «Кондитерский концерн Бабаевский», «РОТ ФРОНТ». По результатам международного рейтинга «Global Top-100» «Объединенные кондитеры» входят в 20-ку крупнейших мировых производителей по объемам продаж. Предприятиями производятся все виды кондитерских изделий: шоколад, конфеты в коробках, весовые конфеты, карамель, ирис, зефир, вафли, торты, мармелад и восточные сладости.

Кондитерские фабрики Холдинга владеют самыми известными российскими торговыми марками такими как: «Аленка», «Бабаевский», «Вдохновение», «Мишка косолапый», «Красная шапочка», «Коровка»,

«Тулльский пряник» и многими другими. Изделия под этими брендами любимы в России и популярны за рубежом. Продукция реализуется через развитую сеть дистрибуции по всей России и собственную розничную сеть «Аленка» (более 80 магазинов фирменной торговли), а также осуществляются экспортные поставки в 45 стран. Среди постоянных потребителей продукции Холдинга – ФГБУ «Комбинат питания «Кремлевский» Управления делами Президента Российской Федерации, Правительство России, мэрия Москвы и Московская Патриархия.

Холдинг «Объединенные кондитеры» это: 19 кондитерских предприятий по всей России; 330 000 тонн кондитерских изделий произведено в 2021 году; 22000 сотрудников; более 170000 торговых точек по всей России; 11 региональных дистрибьюторских центров, охватывающих территорию всей страны; 4 Единых Торговых Площадки (Москва, Химки, Екатеринбург и Новосибирск); 80 фирменных кондитерских магазинов собственной розничной сети «Алёнка». [4]

В рейтинге за 2022 год ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» занимает 10-ю строчку рейтинга, впереди нее компании: кондитерская фабрика «Красный Октябрь», кондитерский концерн «Бабаевский», кондитерская фабрика «Рот Фронт», «Одинцовская Кондитерская фабрика», Кондитерское объединение «Славянка», «Кондитерская фабрика имени Крупской», кондитерская фабрика «Победа», кондитерская фабрика «Акконд», кондитерская фабрика «КДВ Яшкино», рисунок 8.

Продвижение своей продукции ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» осуществляет через оптовых и розничных потребителей. При этом используются различные каналы в сети Интернет: через собственный сайт компании, через различные маркетплейсы. В настоящий момент фабрика осуществляет реализацию продукции через известные маркетплейсы: wildberries, ozon, яндекс. маркет, рисунок 9.

Итак, выше кратко была дана характеристика деятельности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», которая уже более 80 лет работает на



Рисунок 8- Место компании ПАО «Воронежская кондитерская фабрика» в рейтинге 2022 года[11]

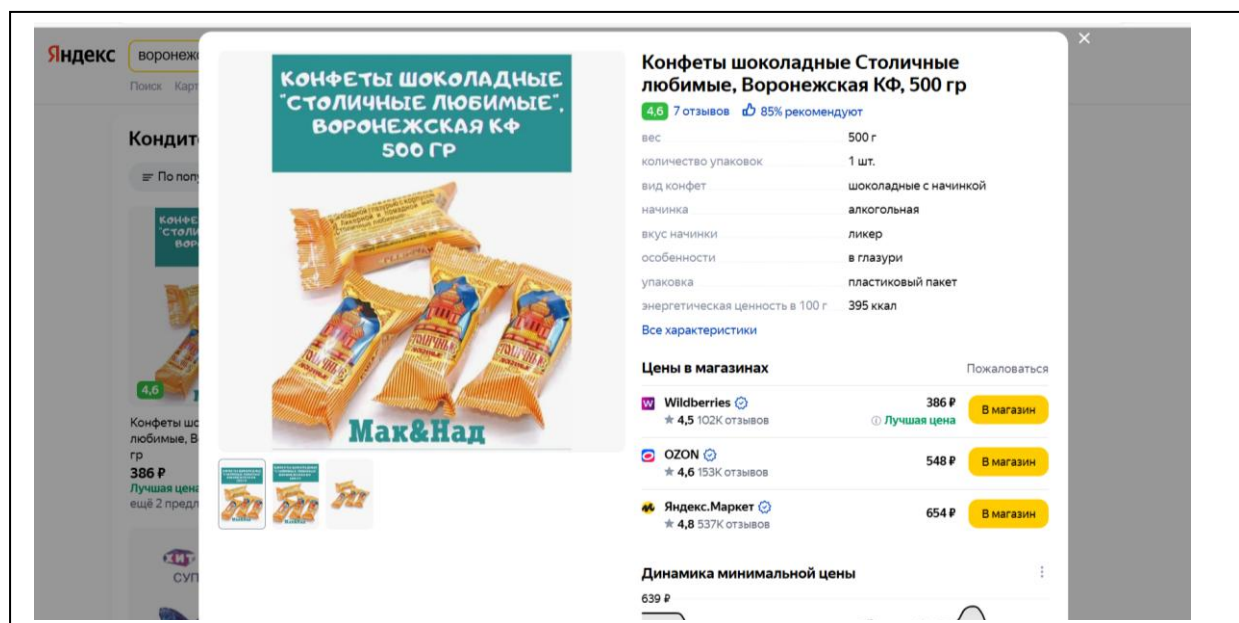


Рисунок 9- Фото (скан) продвижение компании ПАО «Воронежская кондитерская фабрика» на различных маркетплейсах в сети Интернет[7]

рынке. С 2003 года входит в состав холдинга «Объединенные кондитеры». Ассортимент компании достаточно широкий, особое внимание уделяется качеству производимых товаров. Для продвижения продукции применяются наиболее востребованные эффективные способы- реализация на рынке электронной коммерции(через собственный сайт и маркетплейсы). Однако, для того, чтобы дать оценку эффективности деятельности фабрики, перейдем к расчету экономических показателей.

3.2 Анализ основных финансовых показателей компании ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

В рамках данной работы крайне сложно рассчитать множество финансовых показателей, поэтому проведем анализ по основным из них на основании данных бухгалтерской отчетности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», представленной в Приложении Г. Динамика абсолютного и относительного отклонения является не самой лучшей, таблица 6. [3]

Таблица 6 – Сравнение динамики капитала и финансовых результатов
ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» с 2019-2021гг. [3]

Показатели	2019г.	2020г.	2021г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	Темп роста, %
Валовая прибыль, тыс. руб.	348 600	351876	312913	-35687	89,76
Прибыль от продаж, тыс. руб.	-21 819	35440	-48063	-26244	-
Чистая прибыль, тыс. руб.	24 565	35803	-59026	-83591	-
Выручка, тыс. руб.	3190639	3047245	3720859	+530220	116,61
Валюта баланса	2999727	2828325	2855667	-144060	-
Заемный капитал, тыс. руб.	947729	740524	826892	-120837	87,25
Собственный капитал, тыс. руб.	2051998	2087801	2028775	-23223	98,87

По данным таблицы 6 видно, что несмотря на рост объемов продаж, которые в 2021 году составили 3720859,0 тыс. руб., это выше начала анализируемого периода на 16,61%, по другим показателям динамика является отрицательной. В частности, валовая прибыль в 2021 году снизилась на 10,24% и составила 312913,0 тыс. руб. При этом показатели прибыли продаж и чистой прибыли сформировались с отрицательным значением. В 2021 году чистый убыток компании составил 59026,0 тыс. руб. Это на 83591,0 тыс. руб. ниже, чем в начале анализируемого периода. Отметим, что в анализируемой динамике, 2021 год является самым худшим по показателям прибыли. Прибыль от продаж снизилась на 26244,0 тыс. руб. и составила минус 48063,0 тыс. руб. Произошло и снижение общей суммы капитала предприятия на 144060,0 тыс. руб., в стоимостном выражении капитала компании на конец анализируемого периода составил 2855667, 0 тыс. руб. Снижение капитала произошло как за счет снижения собственных, так и заемных средств на 23223,0 тыс. руб. и 120837,0 тыс. руб. соответственно.

Однако, по показателям финансовой устойчивости, ситуация намного лучше, наибольший удельный вес в структуре капитала приходится на собственные источники финансирования. Расчет коэффициента автономии по формулам, представленным в Приложении А, показал, что в 2021 году он составил 0,71 при нормативном значении более, чем 0,5. То есть 70,0% капитала сформировано за счет собственных средств компании.

При этом, в динамике по сравнению с 2019 годом рост показателя составил 0,03, по сравнению с прошлым годом произошло снижение на такую же величину, таблица 7. Расчет других финансовых показателей, по формулам, представленными в Приложении А, показал, что коэффициент капитализации находится в пределах нормативного значения и составляет менее 0,7, за анализируемый период в динамике произошло снижение на 0,05. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами по нормативу должен составлять более 0,5, однако в данной динамике

коэффициент имеет тенденцию к снижению и составил 0,35, что ниже нормативного показателя.

Таблица 7- Показатели финансовой устойчивости ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» с 2019-2021гг. [3]

№ п/п	Коэффициенты	2019год	2020год	2021год	Норматив	Отклонение 2021г. к 2019г.
1	Коэффициент автономии	0,68	0,74	0,71	>0,5	+0,03
2	Коэффициент капитализации	0,46	0,35	0,41	<0,7	-0,05
3	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,38	0,17	0,35	>0,5	-0,03

Не менее важными являются показатели рентабельности, хотя так как прибыль в 2021году имела знак минус, то по понятной причине показатели рентабельности сформировались с отрицательным значением. Рассчитаем некоторые показатели рентабельности по формулам представленным в Приложении А, данные оформим в виде таблицы 8.

Таблица 8- Показатели рентабельности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» с 2019-2021гг. [3]

Показатели	2019 год	2020 год	2021 год	Отклонение 2021г. к 2019г.,%
Рентабельность активов (ROA),%	0,82	1,26	-2,06	-2,88
Рентабельность собственного капитала (ROE),%	1,19	0,17	-2,9	-4,09
Рентабельность продаж (ROS),%	0,77	1,17	-1,58	-2,35

По данным таблицы 8 видно, что все показатели рентабельности в 2021году имеют знак минус, при этом снижение за анализируемый период составляет от 2-4% и более, что является отрицательным фактором в развитии компании. В связи с тем, что прибыль отрицательная, не имеет смысла рассчитать и множество других показателей, хотя коэффициенты

ликвидности будут не лишними. Проведем расчет данных показателей и оформим результаты в виде таблицы 9.

Таблица 9-Показатели ликвидности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» с 2019-2021гг. [3]

Показатели	2019 год	2020 год	2021 год	Норматив	Отклонение 2021г. к 2019г.,%
Коэффициент текущей ликвидности	1,75	2,01	1,69	>2	-0,06
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,0089	0,0067	0,016	>0,2	+0,0071
Коэффициент быстрой ликвидности	0,0089	0,045	0,016	>1	+0,0071

Данные таблицы 9 показывают, что все показатели ликвидности достаточно низкие и находятся ниже нормативных значений. Не существенно изменились коэффициенты абсолютной и быстрой ликвидности, тем не менее они далеки от норматива. Коэффициент текущей ликвидности в 2020 году находился в норме, но к 2021 году ухудшил свое значение и составил 1,69, что ниже норматива и ниже показателя 2019 года.

Разнонаправленную динамику имеет кредиторская и дебиторская задолженность, рисунок 10.



Рисунок 10- Динамика дебиторской и кредиторской задолженности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» с 2019-2021гг. [3]

Кредиторская задолженность в анализируемом периоде то растет, то падает, в 2021 году произошло снижение показателя относительно начала анализируемого периода на 14,39%, в стоимостном выражении кредиторская задолженность составила 752556,0 тыс. руб. Дебиторская задолженность на протяжении анализируемого периода постоянно снижается и в 2021 году составила 797863,0 тыс. руб., это на 32,28% ниже начала анализируемого периода. Расчет показателей оборачиваемости кредиторской и дебиторской задолженности по формулам, представленным в Приложении А, показал следующие результаты, рисунок 11.

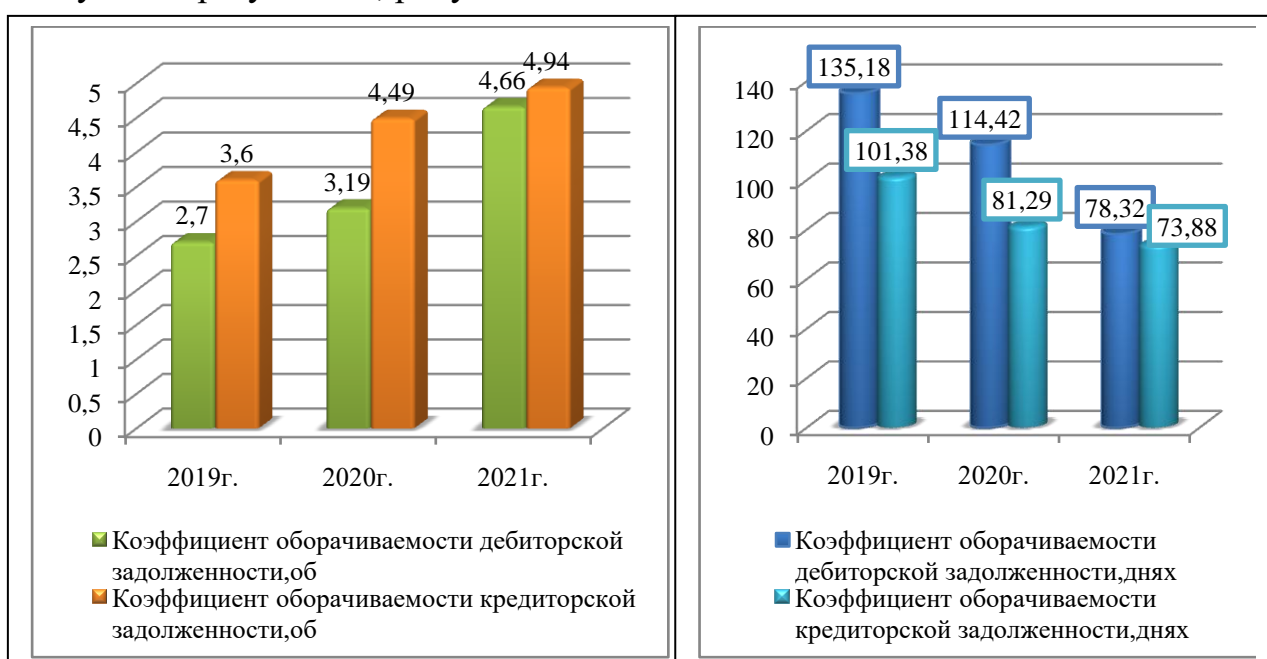


Рисунок 11- Коэффициенты оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» с 2019-2021гг. [3]

В динамике видно, что коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности увеличивается и в 2021 году составил 4,94, это выше прошлого года на 0,45 и на 1,34 больше показателя 2019 года. Рост данного показателя в динамике свидетельствует об ускорении оплаты перед кредиторами и ускорении оборотов за год. По дебиторской задолженности наблюдается такая же динамика, в 2021 году показатель сформировался на уровне 4,66, что выше прошло года и показателя 2019 года на 1,47 и на 1,96 соответственно. Показатель измеряет эффективность работы с покупателями

в части взыскания дебиторской задолженности, а также отражает политику организации в отношении продаж в кредит. В данном случае наблюдается ускорение оплаты за товары с дебиторами. Коэффициенты оборачиваемости кредиторской и дебиторской задолженности в днях показывают сокращение дней в динамике, рисунок 11.

Несмотря на то, что показатели прибыли и рентабельности находятся в минусовых значениях, тем не менее капитал предприятия сформирован в основном за счет собственных источников финансирования, не плохо показывает себя динамика по оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности. Показатели ликвидности обещают желать лучшего, но в целом компания является финансово- устойчивой, этому подтверждает и расчет банкротства по модели Лиса, методика которой представлена в приложении Б.

$$Z=0.063*0,165 + 0.092*(-0,023) + 0.057*0,657 + 0.001*2,453=0,0474$$

$Z>0.037$ - предприятие финансово устойчивое.

Таким образом, не все так плохо у компании, несмотря на минус в строке прибыль. Своевременная разработка антикризисных мероприятий, позволит ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» выйти на новый уровень управленческого развития. Для того, чтобы подробнее рассмотреть основные мероприятия, направленные на совершенствование политики роста бизнеса компании, перейдем к следующему разделу научно-исследовательской работы.

4 Финансовые проблемы и пути совершенствования политики роста бизнеса компании ПАО «Воронежская кондитерская фабрика»

Представленный анализ по ПАО «Воронежская кондитерская фабрика» показал, что несмотря на рост продаж, прибыль от продаж, а также чистая прибыль имеют знак минус. Прибыль от продаж сформировалась за счет высоких коммерческих и управленческих расходов. Таким образом, основная финансовая проблема компании – получение убытка вместо прибыли. Для улучшения политики роста компании ПАО «Воронежская кондитерская фабрика» необходимым является совершенствование различных маркетинговых стратегий, это могут быть стратегия ценообразования и стимулирования сбыта, стратегия продвижения, ассортиментной политики организации. Необходимо учитывать и снижение нежелательных расходов, поиск наиболее оптимальных путей продвижения продукции компании.

В настоящее время фабрика осуществляет продвижение своей продукции через маркетплейсы, однако эти маркетплейсы ориентированы в основном на розничного потребителя. В последнее время также стали развиваться маркетплейсы в сегменте B2B- бизнес –бизнесу, ориентированные на оптовых покупателей. В целом, с связи с развитием цифровой экономики, рынок электронной коммерции имеет большой потенциал роста, а маркетплейсы являются трендами на данном рынке и получили широкое распространение.

Маркетплейс - это онлайн-площадка, где продаются товары разных продавцов. Для продавца маркетплейс - это посредник между ним и покупателем, а для покупателя - гипермаркет, где можно в одном месте купить самые разные товары - от одежды до электроники. Маркетплейсы популярны за счет удобства и низких цен. У них быстрая доставка: часто товары можно забрать уже на следующий день из пункта выдачи или заказать курьера. Пунктов выдачи много, и обычно они расположены в шаговой доступности. [7]

Рынок маркетплейсов в России растет с невероятной скоростью. Пандемия только способствовала еще большему росту, и к концу 2020 года рынок e-commerce составил 3,2 триллиона рублей, продажи увеличились на 57,0% по сравнению с прошлым годом. К 2024 году планируется, что объем рынка электронной коммерции увеличится до 7,2 трлн. руб., рисунок 12.

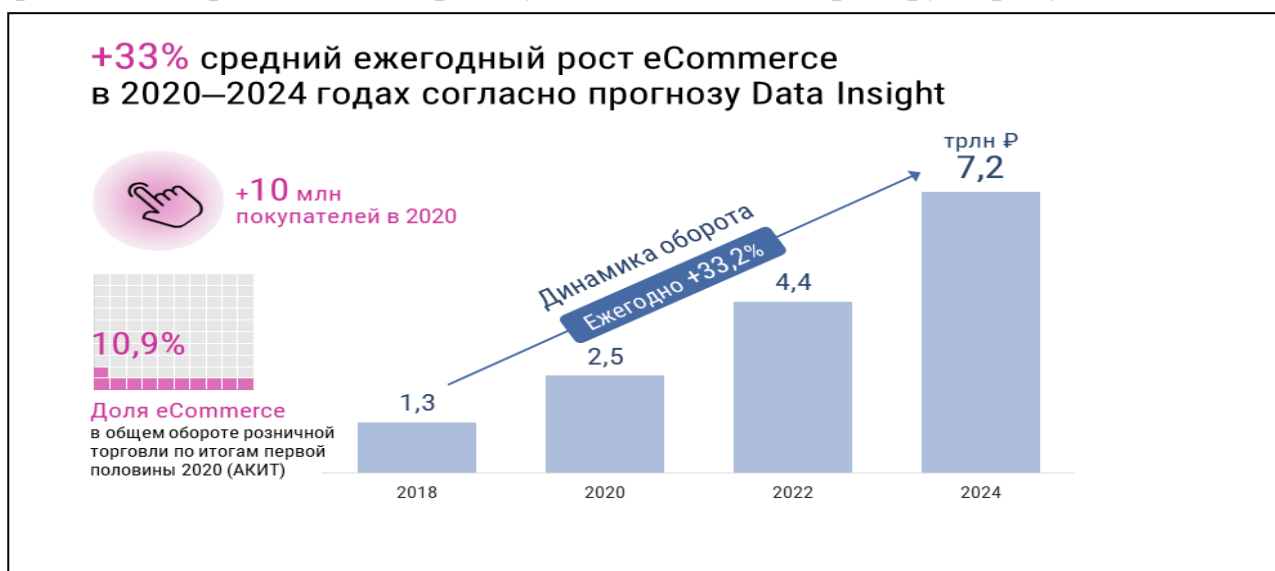


Рисунок 12- Прогноз рынка электронной коммерции в России до 2024 года[7]

В связи с тем, что рынок электронной коммерции, в том числе и рынок маркетплейсов имеет потенциал роста, необходимо акцентировать внимание на усилении продвижения товаров компании на данном рынке.

Еще один тренд в настоящее время- это развитие бизнеса кондитерских изделий без сахара и глютена. Достоинствами продуктов без сахара и глютена являются: отсутствие консервантов и ароматизаторов; сбалансированный состав, который не влияет на уровень сахара в крови; разнообразный рацион, который подходит и веганам, и тем, кто придерживается определенной диеты. [6]

В настоящее время существуют производители такой продукции, при этом одним известных компаний является Vob. Компания производит шоколад без сахара, в составе отсутствуют такие ингредиенты как: рафинированный сахар; усилители вкуса; глютен; молоко; соя. В качестве подсластителя используется панела, которая представляет собой нерафинированный сырой подсластитель, полученный путем испарения сока сахар-

ного тростника. Шоколад изготавливается по авторскому рецепту и имеет в своей линейке несколько вкусов. Упаковка стильная и минималистичная, привлекает покупателей своим дизайном. С 2018 года доставка шоколада осуществляется по всему миру. Помимо шоколада у производителя уже большая линейка полезных для фигуры продуктов, которые могут употреблять и веганы. Продукция приходится по вкусу и детям. У бренда много необычных вкусов шоколада, которые придутся по вкусу ценителям этого десерта. [6]

Итак, совершенствование политики роста бизнеса компании ПАО «Воронежская кондитерская фабрика» предлагается за счет следующих мероприятий: совершенствование ассортиментной политики, совершенствование системы продвижения, сокращение затрат на персонал и иные расходы путем внедрения роботизации, таблица 10.

Таблица 10- Совершенствование политики роста бизнеса компании ПАО «Воронежская кондитерская фабрика»

№ п/п	Мероприятия	Характеристика
1	Совершенствование ассортиментной политики	Развитие бизнеса кондитерских изделий без сахара
2	Совершенствование продвижения продукции	Осуществлять продвижение на рынке электронной коммерции на маркетплейсах сегмента B2B (бизнес-бизнесу)
3	Совершенствование системы бюджетирования и оптимизации доходов	Внедрение роботизации в производственный процесс, тем самым сокращение затрат на персонал, исключение не нужных расходов

Совершенствование системы бюджетирования и оптимизации доходов предлагается за счет внедрения роботизации. Роботы на самом деле это очень выгодно для предприятия, им не нужно платить зарплату, оплачивать больничные листы и так далее. В перспективе некоторые профессии будут полностью заменены роботами. В России промышленная роботизация еще не сильно развита, а в странах с высоким уровнем роботизации, таких как Китай, Япония и Германия, промышленные роботы уже широко применяются для работы в чистых помещениях, то есть в непосредственном контакте с продуктом, рисунок 13. [9] И это очень логично: обеспечить

стерильность производства, в котором заняты люди, достаточно сложно, а здоровье покупателей - ключевой приоритет каждой компании.



Рисунок 13- Применение роботов для работы с продуктом[9]

Роботы для чистого производства имеют специальное исполнение, позволяющее обеспечить не только эффективное, но и безопасное для потребителя производство продуктов. Речь в этом случае может идти и о повышенных степенях защиты, и о применении специальных смазочных материалов, сертифицированных для использования в пищевой промышленности, и об инновационных системах очистки производственной линии и даже самоочистки роботов. Роботы могут применяться как для первичной обработки и сортировки сырья и пищевых продуктов, так и для вторичной обработки и упаковки. [9]

В рамках данной работы крайне сложно подробно описать все пути совершенствования политики роста бизнеса компании ПАО «Воронежская кондитерская фабрика», однако, основные намеченные пути, предложенные в таблице 13-являются на данный момент наиболее актуальными и если компания пойдет по этим направлениям, то точно сможет увеличить объемы продаж, снизить расходы, тем самым увеличив показатели прибыльности, рентабельности, ликвидности и деловой активности.

Заключение

Для исследования темы НИР: «Совершенствование политики роста бизнеса компании» была выбрана ПАО «Воронежская кондитерская фабрика». Компания работает на кондитерском рынке более 80 лет. Достаточно хорошо себя зарекомендовала, входит в рейтинги успешных известных кондитерских организаций в России. Ассортимент компании насчитывает более 100 наименований, особое внимание компания уделяет качеству продукции и строго следит за этим. Не мало на протяжении многих лет фабрика получала наград.

Однако, анализ экономических показателей с 2019-2021гг. ПАО «Воронежская кондитерская фабрика» показал не лучшие результаты, в 2021 году прибыль от продаж и чистая прибыль компании сформировалась со знаком минус, про показатели рентабельности и говорить не приходится. Тем не менее капитал компании на 70,0% сформирован за счет собственных источников финансирования, а по модели банкротства было выявлено, что фабрика не подвержена такому риску. Поэтому своевременная разработка антикризисных мероприятий, будет способствовать улучшению политики роста бизнеса.

Анализ рынка кондитерских изделий, как в России, так и в мире показал не плохие результаты и потенциал роста данного рынка. Поэтому, кондитерской фабрике стоит работать на данной нише, но при постоянном совершенствовании существующих стратегий, в зависимости от развития ситуации. В связи с этим, для ПАО «Воронежская кондитерская фабрика» были предложены наиболее актуальные направления: совершенствование ассортиментной политики, политики продвижения и оптимизации расходов компании.

Совершенствование ассортиментной политики фабрики предлагается за счет расширения ассортимента кондитерских изделий без сахара. В настоящее время не мало потребителей следят за калорийностью продуктов и

лишним весом, поэтому кондитерские изделия без сахара пользуются большим спросом. На этом рынке уже есть свои производители, в работе был представлен один из лидеров производителей- компания Vob. Данная компания производит шоколад без сахара, в составе отсутствуют такие ингредиенты как: рафинированный сахар; усилители вкуса; глютен; молоко; соя. В качестве подсластителя используется панела, которая представляет собой нерафинированный сырой подсластитель, полученный путем испарения сока сахарного тростника.

Совершенствование стратегии продвижения предлагается путем усиления продвижения на рынке электронной коммерции- через маркетплейсы в сегменте B2B (бизнес-бизнесу). В настоящее время ПАО «Воронежская кондитерская фабрика» продвигает свою продукцию через маркетплейсы, но это маркетплейсы в сегменте B2C (бизнес-потребителю).

Оптимизировать расходы компании предлагается путем развития роботизации (промышленных роботов), которые могут быть задействованы в производстве. В России пока эта система не очень развита по сравнению с такими странами как: Китай, Япония и Германия. В этих странах, промышленные роботы уже широко применяются для работы в чистых помещениях, то есть в непосредственном контакте с продуктом.

В перспективе роботы заменят человеческий труд, однако, не все профессии подвержены этому, в каких –то направлениях робот никогда не сможет заменить человека. Роботизация дает массу преимуществ, это и в том числе экономия на оплате труда сотруднику, нет необходимости оплачивать больничный лист или отпускной и так далее. Сегодня сложно представить, что робот когда-то будет работать на фабрике, тем не менее это реальность, которая уже вот, вот, не за горами. А все предложенные мероприятия, позволят ПАО «Воронежская кондитерская фабрика» поднять кондитерский бизнес на новый уровень и занять наибольшую долю рынка. Рассмотренные направления роста бизнеса могут являться платформой для более детального изучения в последующих научных исследованиях.

Список использованных источников

- 1) Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 N 208-ФЗ (с изм. и доп. с 01.01.2023);
- 2) Анализ рынка кондитерских изделий в России [Электронный ресурс]: URL: <https://news.unipack.ru/88740/?ysclid=leh0lm211672052072>(дата обращения 10.02.2023)
- 3) Бухгалтерская отчетность ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» [Электронный ресурс]: URL: <https://e-ecolog.ru/buh/2020/3650000412?ysclid=leecdw5sk5830625845>(дата обращения 09.02.2023);
- 4) Воронежская кондитерская фабрика [Электронный ресурс]: URL: <https://candy-factory.ru/voronezhskaya-konditerskaya-fabrika/?ysclid=leec3htn7u127715968>(дата обращения 14.02.2023)
- 5) Гид по маркетплейсам для новичков [Электронный ресурс]: URL: <https://delo.modulbank.ru/marketplaces/marketplace-guide>(дата обращения 18.02.2023)
- 6) Лучшие производители и марки сладости без сахара и глютена на 2023 год [Электронный ресурс]: URL: <https://yanashla.com/luchshie-sladosti-bez-sahara-i-glyutena> (дата обращения 20.02.2023)
- 7) Маркетплейсы в России 2021: [Электронный ресурс]: OZON, Wildberries, Яндекс Маркет. Какой выбрать? URL: <https://mymarilyn.ru/blog/marketing/marketplejsy-v-rossii-2021-ozon-wildberries-yandeks-market-kakoj-vybrat/?ysclid=leh29d7i2i894274494>(дата обращения 10.02.2023)
- 8) Мучные кондитерские изделия. [Электронный ресурс]: Агроэкспорт. 22 февраля 2022 года URL: https://aemcx.ru/wp-content/uploads/2022/02/%D0%9E%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80-%D0%92%D0%AD%D0%94_%D0%9C%D1%83%D1%87%D0%BD%D1%8B

%D0%B5-

%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80

%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5-

%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%8F_22.02.202

2.pdf?ysclid=leh0oc2hex758500660 (дата обращения 12.02.2023)

9)Робот на пищевом производстве: [Электронный ресурс]:

возможности и перспективы URL: [https://controleng.ru/otraslevye-](https://controleng.ru/otraslevye-resheniya/pishhevaya-promy-shlennost/robot-na-pishhevom/?ysclid=lelqczabbq207266672)

resheniya/pishhevaya-promy-shlennost/robot-na-

pishhevom/?ysclid=lelqczabbq207266672 (дата обращения 23.02.2023)

10)Савицкая Г.В. Экономический анализ: Уч. / Г.В. Савицкая. - М.: Инфра-

М, 2018. - 285 с.

11)Сладко жить не запретишь: [Электронный ресурс]: кто производит

шоколад в России URL:[https://rb.ru/list/10-choko-](https://rb.ru/list/10-choko-fabrics/?ysclid=leebf961ay971403229)

fabrics/?ysclid=leebf961ay971403229(дата обращения 10.02.2023)

Приложения