

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
КЕМЕРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ  
ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (УНИВЕРСИТЕТ)

Кафедра «Экономика и управление»

Выпускная квалификационная работа

**«АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЁ УВЕЛИЧЕНИЯ (НА  
ПРИМЕРЕ ОАО «КЕМЕРОВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»)»**

Выполнил: студент гр. ЭУз-01

Брылёва А.В.

Руководитель: к.т.н., доц.

Першина Е.Г

Работа защищена:

Кемерово 2016

Рассмотрены теоретические и методологические аспекты анализа прибыли современного предприятия пищевой промышленности. Объектом исследования выступает ОАО «Кемеровский молочный комбинат».

Выпускная квалификационная работа состоит из четырех разделов: в первом приведена методика анализа прибыли предприятия, во втором - представлена организационно-экономическая характеристика предприятия, в третьем – проведен анализ прибыли ОАО «Кемеровский молочный комбинат» и в четвертом – возможные пути ее увеличения.

					<i>ОЭЗ. ВКР. 00. 64. 16. ПЗ</i>			
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подпись</i>	<i>Дата</i>				
<i>Разраб.</i>		<i>Брылёв А.В.</i>			<i>«Анализ прибыли предприятия и пути её увеличения (на примере ОАО «Кемеровский молочный комбинат»)»</i>	<i>Лит.</i>	<i>Лист</i>	<i>Листов</i>
<i>Ред.</i>		<i>Першина Е.Г</i>					4	
<i>Консульт.</i>		<i>Першина Е.Г</i>						
<i>Н. контр.</i>		<i>Юдакова А.В.</i>						
<i>Зав.каф.</i>		<i>Масленников П.В.</i>						

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	
1.1 Понятие, сущность и функции прибыли.....	
1.2 Источники получения прибыли. Виды прибыли.....	
1.3 Формирование и планирование прибыли на предприятии.....	
1.4 Показатели прибыли и рентабельности.....	
1.4.1 Методика проведения анализа прибыли.....	
1.4.2 Методика факторного анализа прибыли.....	
1.4.3 Методика анализа рентабельности.....	
2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «КЕМЕРОВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ».....	
2.1 Общая характеристика предприятия.....	
2.2 Организационная структура предприятия.....	
2.3 Производственная структура предприятия.....	
2.4 Маркетинговая политика предприятия.....	
2.5 Анализ производственно-хозяйственной деятельности и финансовых результатов предприятия.....	
3 АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ОАО «КЕМЕРОВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ».....	
3.1 Факторный анализ прибыли.....	
3.2 Анализ рентабельности.....	

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата					

4 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ НА ОАО  
«КЕМЕРОВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ».....

4. 1 Характеристика мероприятий направленных на рост прибыли ОАО

«Кемеровский молочный комбинат».....

4. 2 Введение автоматизированной оперативной системы управления....

4. 3 Смена поставщика сырья.....

4. 4 Замена ламп искусственного освещения.....

4. 5 Приостановка выплат материальной помощи.....

4.6 Введение системы ActivityBasedCosting (ABC) –

по процессное калькулирование

затрат.....

4. 7 Экономическая эффективность предложенных мероприятий.....

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....

ПРИЛОЖЕНИЯ.....

						Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата		

## ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях рыночной экономики основой экономического развития является прибыль - важнейший показатель эффективности работы предприятия, она создает определенные гарантии для дальнейшего существования и развития предприятия.

Прибыль предприятия является:

- одним из важнейших источников накопления и пополнения доходной части различных бюджетов;
- источником самофинансирования технического и технологического развития предприятия;
- основой принятия инвестиционных решений и инновационной деятельности предприятия;
- источником удовлетворения материальных интересов трудового коллектива и собственника предприятия.

Прибыль выступает непосредственной целью хозяйственной деятельности и всех субъектов рыночной экономики, занятых предпринимательством. Несмотря на то, что эта категория является объектом экономической теории и занимает основополагающую роль в рыночной экономике, вот уже в течение ряда столетий не смолкают споры о ее сущности и формах.

Получение прибыли - непереносимое условие и цель предпринимательства любой хозяйственной структуры.

Главная задача работы каждого предприятия - это свести убытки к минимуму и увеличить прибыль. Чтобы умело управлять прибылью, необходимо проводить объективный систематизированный анализ формирования, распределения и использования прибыли, с помощью которого можно выявить резервы увеличения прибыли.

Резервы роста прибыли - это количественно измеримые возможности ее увеличения за счет роста объема реализации продукции, уменьшения затрат на

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

ее производство и реализацию, недопущение внереализационных убытков, совершенствование структуры продукции. Резервы выявляются на стадии планирования и в процессе выполнения планов.

Главной целью данной работы является выявление резервов роста прибыли на предприятии и пути их реализации в ОАО «Кемеровский молочный комбинат».

Для достижения данной цели необходимо решить ряд следующих задач:

- определить, из чего складывается понятие и сущность прибыли, источники ее получения и виды, использование прибыли на предприятии;
- рассмотреть методику анализа прибыли;
- изучить методы формирования и планирование показателя прибыли;
- выявить резервы роста прибыли на предприятии ОАО «Кемеровский молочный комбинат» и пути увеличения показателей прибыли.

При изучении работы предприятия были проанализированы основные направления деятельности предприятия. При этом учитывались финансово-экономические возможности предприятия.

В ходе исследования были изучены законодательные и нормативные акты по вопросам деятельности предприятий, данные периодической печати, статистические материалы изучаемого предприятия.

Объектом исследования данной работы является ОАО «Кемеровский молочный комбинат»

Методической и теоретической основой дипломной работы являются: различные нормативные документы, данные Интернета, литература отечественных и зарубежных авторов по анализу финансово - хозяйственной деятельности.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

## 1.1 Понятие, сущность и функции прибыли

В современных условиях рыночных отношений роль прибыли существенно возросла. Прибыль является движущей силой работы предприятий, вознаграждением за предпринимательскую деятельность и риск, источником самокупаемости и самофинансирования каждого отдельного предприятия, отрасли в целом и всего хозяйства [5]. В экономической литературе, существуют различные точки зрения на прибыль. По мере развития экономической мысли возникало множество попыток найти однозначное определение прибыли. Все авторы сходятся в том, что прибыль - это разница, остаток, который содержится в выручке от продажи.

Известный английский экономист Дж. С. Милль определяет прибыль как остаток после вычитания из доходов предприятия затрат на закупку необходимых товаров и услуг, а также на выплату заработной платы персоналу [7]. А. Маршалл и Дж. Мак-Куллох уточняют данное определение прибыли, вычитая из доходов, кроме вышеуказанных затрат, также вознаграждение используемых в данном производстве капиталов. Ф. Найт и Уэстон ввели в экономическую литературу понятие «чистой прибыли», определяемой как «остаток из остатка», из которого, помимо уже указанных элементов, отнимаются вознаграждение руководству компании и премия за риск [7]. Экономист Андре Бабо в своем труде «Прибыль» указывает, что прибыль, с точки зрения бухгалтерского учета, состоит из двух компонентов:

1) доходы от обычной деятельности - которые представляют собой разницу между выручкой от продаж и необходимыми производственными, торговыми и иными затратами;

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

2) доходы от обладания предприятием определенных активов, приносящих прибыль (ценные бумаги, долговые обязательства), или активов, стоимость которых может изменяться в отчетном периоде (запасы, основные фонды и т. д.).

Макконнелл Кэмбелл Р., Брю Стенли Л. в работе «Экономикс», выделяют два вида прибыли: экономическую и бухгалтерскую, исходя из различий в определении экономических и бухгалтерских издержек [11].

П. Хейне в труде «Экономический образ мышления» пишет, что чаще всего прибыль определяется как полная выручка минус полные издержки. Вопрос заключается в том, что не включать в издержки. П. Хейне определяет полные издержки как стоимость альтернативы, включающие в себя не только платежи за использованные товары и услуги, но и не явно выраженную ценность любых благ (труда, капитала и др.), которую предоставляет предприятие [15]. Он подчеркивает, что прибыль возникает в результате неопределенности, так как в условиях отсутствия неопределенности любые расхождения между совокупной выручкой и совокупными издержками будут устранены в процессе конкуренции и прибыль станет равной нулю [15].

Прибыль представляет собой превращенную форму прибавочной стоимости и выступает как денежное выражение стоимости прибавочного продукта, которая включается в себестоимость и распределяется через общественные фонды потребления. Прибыль как важную экономическую категорию следует рассматривать на двух уровнях: макроэкономическом – на уровне экономики в целом и микроэкономическом – на уровне отдельных компаний.

В действующей на предприятии финансовой отчетности рассчитывают и анализируют в основном бухгалтерскую прибыль, представляющую собой прибыль, которая остается от общей выручки от реализации продукции, предприятий после уплаты явных издержек. Расчет прибыли имеет большое значение для выбора наиболее оптимальных направлений деятельности каждого предприятия и повышения его рентабельности. Существует такое понятие, как нормальная прибыль, представляющая минимальную плату, необходимую для удержания предпринимателя в рамках данного предприятия. Нормальная прибыль

						<i>Лист</i>
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подп.</i>	<i>Дата</i>		



является элементом внутренних издержек предприятия. Прибыль как экономическую категорию следует рассматривать в двух аспектах: количественном и качественном.

Являясь важнейшей экономической категорией и основной целью деятельности любой коммерческой организации, прибыль отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства, и выполняет следующие функции:

-Оценочную. С помощью прибыли проводят оценку эффективности работы предприятия (получение прибыли на предприятии означает, что полученные доходы превышают все расходы, связанные с его деятельностью).

- Распределительную. Прибыль предприятия является инструментом распределения доходов (поступления в бюджет в виде налогов, различные отчисления на социальные нужды и др.).

- Стимулирующую. Прибыль предприятия является одновременно не только финансовым результатом, но и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Поэтому предприятие заинтересованно в получении максимальной прибыли, так как это является основой для расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия [6].

- Воспроизводственную. Прибыль предприятия является источником расширенного воспроизводства. С помощью прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, осуществляется его производственное и социальное развитие.

Единство функций в их зависимости и взаимообусловленности делает прибыль тем элементом хозяйствования, в котором увязываются экономические интересы общества, коллектива предприятия и каждого работника. Для того чтобы прибыль выполняла эти функции, необходимо наличие следующих условий: механизм формирования и распределения прибыли должен побуждать предприятия постоянно повышать эффективность своей деятельности, увеличивать объемы продаж, производства; механизм налогообложения должен обеспечивать получение прибыли предприятиями, имеющими различные условия

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

деятельности (месторасположение, климатические условия, размер и т.д.); механизм налогообложения должен стимулировать вложение прибыли на развитие предприятия и расширение его деятельности, а не на текущее потребление; механизм определения затрат по производству и реализации продукции, работ, услуг должен быть научно обоснованным [11].

## 1.2 Источники получения прибыли. Виды прибыли

В условиях современных рыночных отношений предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли, или к тому объему прибыли, который позволял бы ему не только прочно удерживать свои позиции на рынке сбыта своих товаров и оказания услуг, но и обеспечивать динамичное развитие его производства в условиях конкуренции. В конечном итоге это предполагает знание источников формирования прибыли и нахождение методов по наиболее лучшему их использованию.

Как свидетельствует мировая практика, имеются три основных источника получения прибыли:

1) первый источник образуется из-за монополии предприятия по выпуску той или иной продукции или уникальности товара. Поддержание этого источника на относительно высоком уровне предполагает постоянное обновление продукта. При таком положении предприятию следует учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольная политика государства и растущая конкуренция со стороны других предприятий.

2) второй источник связан непосредственно с производственной и предпринимательской деятельностью. Практически он касается всех предприятий. Здесь все сводится к проведению соответствующего маркетинга. Величина прибыли в данном случае зависит, во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом); во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

(цена, сроки поставок, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание); в-третьих, от объемов производства (чем больше объем производства, тем больше масса прибыли); в-четвертых, от структуры снижения издержек производства.

3) третий источник образуется из инновационной деятельности предприятия. Его использование предполагает постоянное обновление выпускаемой продукции, обеспечение ее конкурентоспособности, рост объемов реализации и увеличение массы прибыли.

Рассматривая прибыль как экономическую категорию, мы говорим о ней абстрактно. Но при планировании и оценке хозяйственной и финансовой деятельности предприятия, распределении прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия, используются конкретные показатели. Прежде чем мы рассмотрим виды прибыли, необходимо отметить, что общий финансовый результат хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете определяется на счете прибылей и убытков путем подсчета и балансирования всех прибылей и убытков за отчетный период. Хозяйственные операции на счете прибылей и убытков отражаются по накопительному принципу, т.е. нарастающим итогом с начала отчетного периода [2]. Другим принципом определения финансовых результатов является использование метода начисления. По этой причине прибыль, показанная в отчете о финансовых результатах, не отражает реального притока денежных средств предприятия в результате его хозяйственной деятельности.

Для восстановления реальной картины о величине финансового результата деятельности предприятия как приросте (или уменьшению) стоимости его капитала, образовавшегося в процессе его хозяйственной деятельности за отчетный период, необходимы дополнительные корректирующие расчеты. На счете прибылей и убытков финансовые результаты деятельности предприятия отражаются в двух формах [8]: как результаты от реализации продукции, работ, услуг, материалов и иного имущества, с предварительным выявлением их на отдельных счетах реализации как результаты, не связанные непосредственно с

						Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата		

процессом реализации, так называемые внереализационные доходы (прибыли) и потери (убытки)

Основными показателями прибыли являются [1] (рисунок 1):

- общая прибыль отчетного периода - балансовая прибыль;
- прибыль от реализации продукции (работ, услуг);
- прибыль от финансовой деятельности;
- прибыль от прочих внереализационных операций;
- налогооблагаемая прибыль;
- чистая прибыль;
- сверхприбыль и монопольная сверхприбыль.

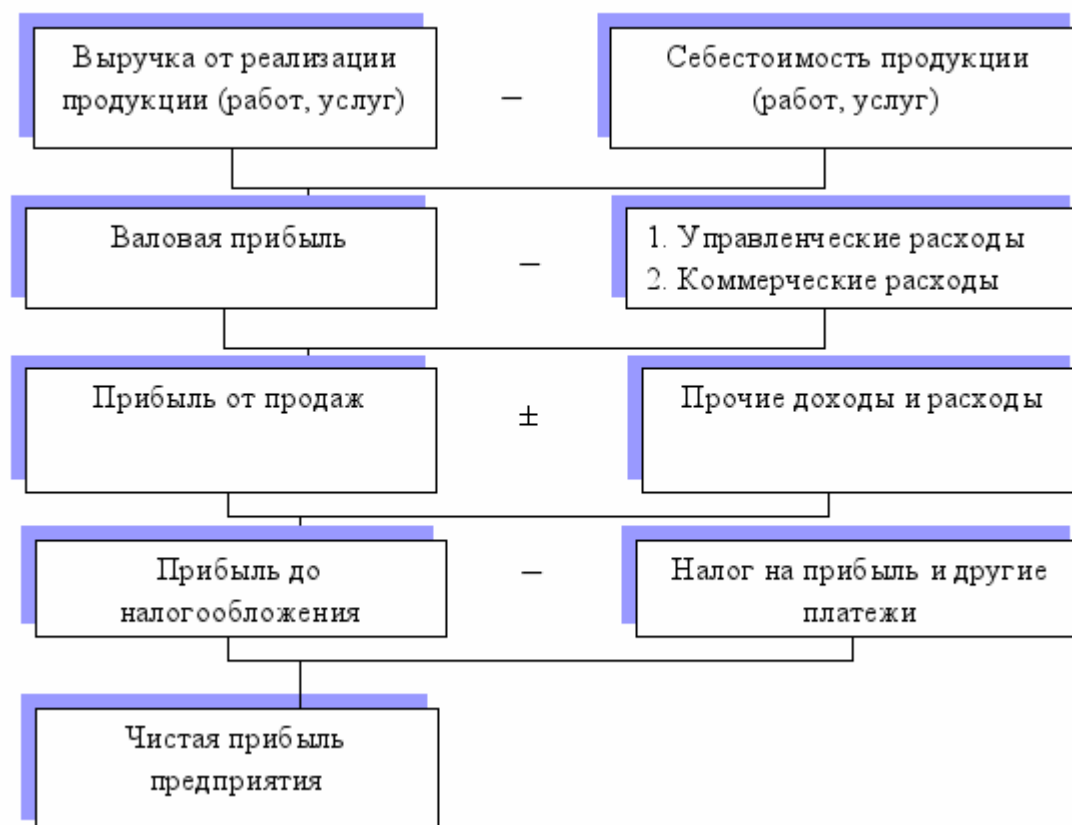


Рисунок 1 - Основные показатели прибыли

Балансовая прибыль (Валовая прибыль) представляет собой сумму прибыли от реализации продукции, финансовой деятельности и доходов от

прочих внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям.

Прибыль от реализации продукции определяется как разница между выручкой от реализации продукции в действующих ценах без НДС, спецналога и акцизов и затратами на ее производство и реализацию:

$$P_{\text{рп}} = B - C/c_{\text{пол}}, \quad (1.1)$$

где В- выручка от реализации;

$C/c_{\text{пол}}$  – полная себестоимость (затраты на производство и реализацию).

Выручка от реализации продукции определяется либо по мере ее оплаты либо по мере отгрузки товаров (продукции, работ, услуг) и предъявления покупателю расчетных документов. Метод определения выручки от реализации продукции устанавливается предприятием на длительный срок исходя из условий хозяйствования и заключения договоров. В отраслях сферы товарного обращения (торговля, общественное питание) вместо категории «выручка от реализации продукции» используется категория «товарооборот». Сущность товарооборота составляют экономические отношения, связанные с обменом денежных доходов на товары в порядке купли-продажи. В зарубежной практике вместо термина «выручка» зачастую используют термин «валовой доход». Однако это очень широкая трактовка данного термина.

Валовой доход как экономическая категория выражает собой вновь созданную стоимость, или чистую продукцию хозяйствующего субъекта. В практике планирования и учета в торговле под валовым доходом понимается сумма торговых надбавок (скидок); в общественном питании - сумма торговых надбавок (скидок) и наценок.

Себестоимость продукции представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

других затрат на ее производство и реализацию. Прибыль от инвестиционной деятельности включает прибыль от приобретения и реализации основных средств, нематериальных активов (ноу-хау) и других долгосрочных активов.

Прибыль от финансовой деятельности включает поступления от выпуска акций, облигаций, представление другим организациям займов, погашение заемных средств и другое.

Общая прибыль отчетного периода включает прибыль от всех видов деятельности.

Налогооблагаемая прибыль определяется специальным расчетом. Она равна балансовой прибыли, уменьшенной на сумму:

- отчислений в резервный и другие аналогичные фонды, создание которых предусмотрено законодательством (до достижения размеров этих фондов не более 25% уставного фонда, но не свыше 50% прибыли, подлежащей налогообложению);

- рентных платежей в бюджет;

- доходов по ценным бумагам и от долевого участия в деятельности других предприятий;

- прибыли от страховой деятельности;

- прибыли от отдельных банковских операций и сделок;

- курсовой разницы, образовавшейся в результате изменения курса рубля по отношению к котируемым Центральным банком Российской Федерации иностранным валютам;

- прибыли от производства и реализации производственной сельскохозяйственной продукции.

Чистая прибыль предприятия - это прибыль, остающаяся в его распоряжении, определяется как разность между балансовой прибылью и суммой налогов на прибыль, рентных платежей, налога на экспорт и импорт. Чистая прибыль направляется на производственное развитие, социальное развитие, материальное поощрение работников, создание резервного фонда, уплате в

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

бюджет экономических санкций, связанных с нарушением предприятием действующего законодательства, на благотворительные и другие цели.

Консолидированная прибыль- это прибыль, сводная по бухгалтерской отчетности о деятельности и финансовых результатах материнских и дочерних предприятий. Консолидированная бухгалтерская отчетность представляет собой объединение отчетности двух и более хозяйствующих субъектов, находящихся в определенных юридических и финансово-хозяйственных взаимоотношениях. Необходимость консолидации определяется экономической целесообразностью. Предпринимателям выгодно вместо одного крупного предприятия создавать несколько более мелких предприятий, юридически самостоятельных, но экономически взаимосвязанных, так как в этом случае может быть получена экономия на налоговых платежах. Кроме того, в связи с дроблением и ограничением юридической ответственности по обязательствам снижается степень риска в ведении бизнеса, достигается большая мобильность в освоении новых форм вложения капитала и рынков сбыта.

Также можно выделить еще одну разновидность прибыли – сверхприбыль[10]. Предприятия, работающие в лучших условиях и имеющие самую низкую себестоимость, получают сверхприбыль, которая равна разнице между общей рыночной ценой и наименьшей себестоимостью изделия. Именно здесь предприниматели получают максимальную норму прибыли, превышающую среднюю для отрасли. Как правило, они обладают такой прибылью не постоянно.

В рамках сверхприбыли, необходимо выделить монопольную сверхприбыль [18]. Так монополии имеют возможность сами устанавливать на рынке выгодные им цены. Крупный капитал использует это в собственных интересах, чтобы получать монопольную сверхприбыль – избыток прибыли сверх обычного, нормального для всех бизнесменов прироста капитала. Этот избыток вместе с обычным приращением авансированной суммы образует монопольно высокую прибыль.

											Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата							

### 1.3 Формирование и планирование прибыли на предприятии

Важнейшими из этапов при формировании прибыли являются ее прогнозирование и планирование. Для повышения обоснования плана прибыли, своевременной корректировки производственной, инвестиционной, инновационной и финансовой политики предприятия большое значение имеет прогнозирование прибыли. Основа его – это прогнозирование спроса, цен, технико-экономических характеристик оборудования. При этом особое внимание уделяется факторам, в наибольшей мере влияющим на размеры прибыли [14].

Для всех предприятий имеет важное значение прогнозная оценка конкурентоспособности выпускаемой продукции, финансовой устойчивости поставщиков сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий и узлов, финансовой устойчивости потребителей продукции, стратегия маркетинга.

При прогнозировании прибыли применяются различные методы: метод экспортных оценок, метод экстраполяции, метод экономико-математического моделирования. Наиболее часто используются аддитивные (модели сложения), мультипликативные (модели умножения), кратные модели (модели деления).

При разработке качественного плана по прибыли и обеспечению его выполнения, результаты производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия будут высокими.

Предприятие планирует прибыль от реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг), от реализации имущества и имущественных прав, от внереализационных операций. При разработке финансовых планов учитываются все факторы, влияющие на величину прибыли и моделируются финансовые результаты от принятия различных управленческих решений.

В условиях стабильной развивающейся экономики планирование прибыли осуществляется на период от трех до пяти лет. При относительно стабильных ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования распространено текущее планирование в рамках одного года. При нестабильной экономической и

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						



политической ситуации планирование возможно на кратковременный период – квартал, полугодие. [19].

Существует три основных метода планирования прибыли:

- 1) метод прямого счета;
- 2) аналитический метод;
- 3) метод совмещенного расчета.

Метод прямого счета в большинстве случаев применяется, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции; прибыль при этом исчисляется как разница между выручкой от реализации товарной продукции в соответствующих ценах (за вычетом НДС и акцизов) и полной ее себестоимостью:

$$P_{пл} = (V_{пл} * C_{ед}) - (V_{пл} * C/c_{ед}), \quad (1.2)$$

где  $P_{пл}$  – плановая прибыль;

$V_{пл}$  – объем выпуска товарной продукции в планируемом периоде в натуральном выражении;

$C_{ед}$  – цена на единицу продукции (за вычетом НДС и акцизов);

$C/c_{ед}$  – полная себестоимость единицы продукции.

Прибыль от реализуемой продукции ( $P_{рп}$ ) рассчитывается по формуле

$$P_{рп} = B_{пл} - C/c_{пол}, \quad (1.3)$$

где  $B_{пл}$  – планируемая выручка от реализации продукции в действующих ценах (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

$C/c_{пол}$  – полная себестоимость реализуемой в предстоящем периоде продукции.

											Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата							

Объем реализуемой продукции предстоящего планового периода в натуральном выражении определяется как сумма остатков нереализованной продукции на начало планируемого периода ( $\Pi_n$ ) и объема выпуска товарной продукции в течение планируемого периода ( $\Pi_{тп}$ ) без остатков готовой продукции, которые не будут реализованы в конце периода ( $\Pi_k$ ).

Плановая прибыль от реализации продукции рассчитывается по формуле:

$$\Pi_{рп} = \Pi_n + \Pi_{тп} - \Pi_k \quad (1.4)$$

Достоинством данного метода является простота. Но его целесообразнее использовать при планировании прибыли на краткосрочный период.

Аналитический метод планирования прибыли применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции и заключается в определении влияния отдельных факторов на плановую прибыль. При аналитическом методе прибыль определяется не по каждому виду выпускаемой в планируемом году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. Прибыль по несравнимой продукции определяется отдельно.

Метод совмещенного расчета включает элементы первого и второго способов. Методом прямого счета определяется стоимость товарной продукции в ценах планируемого года, по себестоимости отчетного года, а воздействие на плановую прибыль таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества, изменение ассортимента, цен и других факторов, выявляется с помощью аналитического метода.

Существуют и другие способы составления плана прибыли, такие как анализ лимита рентабельности, прогноз рентабельности, анализ перекрытия ликвидности и многие другие аналитические методы.

На формирование общей прибыли оказывают влияние многие факторы. Их классифицируют на внешние и внутренние [5].

Внешние факторы:

- социально-экономические условия;

											Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата							

- природные условия;
- цены на материально-энергетические ресурсы;
- тарифы на транспортные перевозки;
- уровень развития внешнеэкономических связей и т.д.

К внутренним факторам относятся изменения:

- прибыль от продаж;
- структура реализованной продукции;
- себестоимость продукции;
- уровень цен на продукцию;
- операционные и внереализационные доходы и расходы.

К числу факторов, оказывающих влияние на формирование общей прибыли, можно отнести и технико-экономические особенности. Отраслевая специфика влияет на состав и структуру производственных фондов, длительность производственного цикла, особенности кругооборота средств, состав и структуру финансовых ресурсов и в конечном итоге на себестоимость выпускаемой продукции.

## **1.4 Показатели прибыли и рентабельности**

### **1.4.1 Методика проведения анализа прибыли**

Одной из главных частей механизма управления прибылью предприятия являются системы и методы ее анализа. Анализ прибыли представляет собой процесс исследования условий и результатов ее формирования и использования с целью, выявления резервов дальнейшего повышения эффективности управления ею на предприятии [13].

Анализ прибыли предприятия подразделяется на различные формы в зависимости от признаков:

- по объектам исследования выделяют анализ формирования прибыли и анализ ее распределения и использования, он проводится в разрезе основных сфер

						<i>Лист</i>
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подп.</i>	<i>Дата</i>		

деятельности предприятия - операционной, инвестиционной, финансовой. Кроме того, проводится факторный анализ формирования прибыли. Цель - выявить резервы увеличения суммы и уровня прибыли предприятия.

- по организации проведения выделяют внутренний и внешний анализ прибыли. Внутренний анализ проводится менеджерами компании с использованием всех имеющихся информативных показателей. Внешний анализ прибыли осуществляют налоговые органы, аудиторские фирмы, банки, страховые компании с целью изучения правильности ее отражения, уровня кредитоспособности предприятия и так далее.

- по масштабам деятельности выделяют:

а) анализ прибыли по предприятию в целом, предметом изучения которого является формирование, распределение и использование прибыли на предприятии в целом без выделения отдельных его структурных подразделений;

б) анализ прибыли по структурному подразделению;

в) анализ прибыли по отдельной операции.

- по периоду проведения выделяют:

а) Предварительный анализ прибыли связан с изучением условий ее формирования, распределения или предстоящего использования. Также с условиями осуществления отдельных коммерческих сделок, финансовых и инвестиционных операций с предварительным расчетом ожидаемой прибыли по ним.

б) Текущий (или оперативный) анализ прибыли проводится в процессе осуществления операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия.

в) Последующий анализ прибыли осуществляется за отчетный период (квартал, год). Он позволяет полнее проанализировать результаты формирования и использования прибыли предприятия в сравнении с предварительным и текущим ее анализом, так как базируется на завершенных результатах финансового учета и отчетности, дополняемых данными управленческого учета.

						Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата		

Чтобы получить количественную оценку отдельных аспектов формирования, распределения и использования прибыли, как в статистике, так и в динамике применяется ряд методов. В практике управления прибылью в зависимости от используемых методов различают следующие основные системы проведения анализа на предприятии:

- горизонтальный анализ;
- вертикальный анализ;
- сравнительный анализ;
- анализ рисков и другие.

Горизонтальный анализ прибыли базируется на изучении динамики отдельных ее показателей во времени. В процессе использования этой системы анализа рассчитываются темпы роста (прироста) отдельных видов прибыли, определяются общие тенденции ее изменения. В практике управления прибылью наибольшее распространение получили следующие виды горизонтального анализа:

- сравнение показателей формирования, распределения и использования прибыли отчетного периода с показателями предшествующего периода;
- сравнение показателей формирования, распределения и использования прибыли отчетного периода с показателями аналогичного периода прошлого года;
- сравнение показателей формирования, распределения и использования прибыли за ряд предшествующих периодов.

Горизонтальный анализ прибыли дополняют исследованием влияния отдельных факторов на изменение соответствующих результативных показателей.

Вертикальный анализ прибыли основывается на структурном разложении агрегированных показателей ее формирования, распределения и использования. В процессе применения этой системы анализа рассчитываются удельные веса отдельных структурных составляющих агрегированного показателя прибыли.

Наибольшее распространение получили следующие виды вертикального анализа:

						<i>Лист</i>
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подп.</i>	<i>Дата</i>		



финансовой [13]. Это связано с тем, что, определяя меру прибыли по хозяйственной деятельности, следует всегда одновременно определять и меру риска ей сопутствующего. Хозяйственный риск - это риск возникновения непредвиденных финансовых потерь в ситуации неопределенности, условий осуществления отдельных видов деятельности предприятия. В связи с этим система анализа уровня рисков должна получить широкое использование в процессе управления прибылью предприятия.

В условиях рыночной конкуренции анализу прибыли организации уделяется огромное внимание, так как роль этого показателя в реализации принципов хозяйственного расчета достаточно велика. Основной целью анализа прибыли предприятий является оценка состояния их доходности и выявление резервов роста. В ходе анализа ставятся и решаются следующие задачи:

- оценка выполнения плана и динамика доходов предприятий;
- оценка структуры доходов предприятий, динамика структуры и источников образования доходов от производственной деятельности;
- количественная оценка факторов, влияющих на сумму и уровень доходов предприятий;
- оценка порядка и структуры распределения доходов предприятий;
- оценка доходов от операционной и внереализационной деятельности;
- расчет упущенных возможностей и резервов роста доходов производственной деятельности и других доходов;
- разработка мероприятий по повышению доходности предприятий.

Экономический анализ доходов предприятий включает следующие основные этапы:

- определение степени выполнения плана доходности, а также оценка его достаточности;
- выявление динамики доходов, в том числе по источникам образования;
- расчет количественного влияния различных факторов на изменение суммы и уровня доходов;

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

- разработку мероприятий по срокам и конкретным видам по повышению доходности предприятий.

Информационной базой для проведения анализа прибыли являются:

- плановая документация по всем показателям хозяйственной деятельности предприятий;

- статистическая отчетность предприятий;

- бухгалтерский баланс, объяснительная записка и приложения к нему.

- акты ревизий и документальных проверок.

Анализ прибыли предприятия необходимо проводить не только путем сравнения фактически достигнутых результатов с планом или с показателями за аналогичный период прошлых лет, но и с использованием более глубокого исследования, целью которого является определение и количественная оценка влияния на прибыль отдельных факторов.

#### 1.4.2 Методика факторного анализа прибыли

Как известно, одним из методов экономического анализа является факторный анализ, который применяется для выявления причин изменения абсолютных и относительных показателей, а также степени влияния различных причин на величину изменения показателя.

По характеру взаимосвязи между показателями различают методы детерминированного и стохастического факторного анализа.

Стохастический факторный анализ представляет собой методику исследования факторов, связь которых с результативным показателем является неполной, вероятностной (корреляционной).

Детерминированный факторный анализ представляет собой методику исследования влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер – выражается в виде функции.

В детерминированном анализе используются следующие факторные модели:

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						



Аддитивные модели, которые представляют собой алгебраическую сумму факторов и имеют вид:

$$Y = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n. \quad (1.5)$$

К таким моделям относится, например, показатель объема производства товаров в его взаимосвязи с объемом выпуска отдельных изделий или объема выпуска товаров в отдельных подразделениях.

Мультипликативные модели, которые представляют собой произведение факторов и имеют вид:

$$Y = X_1 \times X_2 \times X_3 \times \dots \times X_n. \quad (1.6)$$

Примером мультипликативной модели является двухфакторная модель объема валовой продукции (ВП):

$$ВП = ЧР \times ГВ, \quad (1.7)$$

где ЧР – численность работников,

ГВ – среднегодовая выработка одного работника.

Кратные модели, которые представляют собой частное от деления двух факторов и имеют вид:

$$Y = X_1 / X_2 \quad (1.8)$$

Примером кратной модели является двухфакторная модель рентабельности совокупных активов предприятия (R), которая рассчитывается делением суммы прибыли (П) на среднегодовую их стоимость (А):

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

$$R = \Pi/A \quad (1.9)$$

Смешанные (комбинированные) модели – представляют собой сочетание различных комбинаций предыдущих моделей:

$$Y = (X1+X2)/X3; Y = X1/(X2+X3); Y = X1 \times X2/X3; Y = X1 \times (X2+X3) \quad (1.10)$$

Основные этапы экономического факторного анализа:

- отбор факторов для анализа исследуемых показателей;
- классификация и систематизация их с целью обеспечения системного подхода;
- моделирование взаимосвязей между результативными и факторными показателями;
- расчет влияния факторов и оценка роли каждого из них в изменении величины результативного показателя;
- практическое использование факторной модели для управления экономическими процессами.

Построив факторную модель детерминированного анализа, необходимо определить способ оценки влияния факторов. В детерминированном факторном анализе используют следующие основные способы:

- способ цепных подстановок;
- способ абсолютных разниц;
- способ относительных (процентных) разниц;
- интегральный метод и др.

Наиболее универсальным способом является способ цепных подстановок, который используется для расчета влияния факторов во всех типах детерминированных факторных моделей – аддитивных, мультипликативных, кратных, смешанных.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

Способ цепных подстановок используется для того, чтобы выявить, какие факторы влияли на анализируемый показатель и из всех действующих факторов выделить основные, имеющие решающее влияние на изменение показателя.

Сущность способа заключается в том, чтобы, определяя действие одного фактора, другие факторы принимать как неизменные. Для этого в расчетах последовательно заменяют частные плановые (базовые) показатели отчетными (фактическими). Полученные результаты сравнивают с имеющимися предыдущими данными. Разность показывает размер влияния данного фактора на изменение совокупного показателя.

Данный способ основан на элиминировании. Элиминировать – значит устранить, исключить воздействие всех факторов на величину результативного показателя, кроме одного. При этом, исходя из того, что все факторы изменяются независимо друг от друга, сначала изменяют один фактор, а все остальные оставляют без изменения. Потом изменяют два фактора при неизменности остальных и т.д.

В общем виде применение способа цепных постановок можно описать следующим образом:

$$y_0 = a_0 * b_0 * c_0; \quad (1.11)$$

$$y_a = a_1 * b_0 * c_0; \quad (1.12)$$

$$y_b = a_1 * b_1 * c_0; \quad (1.13)$$

$$y_1 = a_1 * b_1 * c_1, \quad (1.14)$$

где  $a_0, b_0, c_0$  - базисные значения факторов, оказывающих влияние на обобщающий показатель  $y$ ;

$a_1, b_1, c_1$  - фактические значения факторов;

$y_a, y_b,$  - промежуточные (условные) изменения результирующего показателя, связанного с изменением факторов  $a, b,$  соответственно.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

Общее изменение складывается из суммы изменений результирующего показателя за счет изменения каждого фактора при фиксированных значениях остальных факторов:

$$\Delta y = y_1 - y_0; \quad (1.15)$$

$$\Delta y = \Delta y_a + \Delta y_b + \Delta y_c; \quad (1.16)$$

$$\Delta y_a = y_a - y_0; \quad (1.17)$$

$$\Delta y_b = y_b - y_a; \quad (1.18)$$

$$\Delta y_c = y_1 - y_b. \quad (1.19)$$

### 1.4.3 Методика анализа рентабельности

Показатели рентабельности - это важнейшие характеристики фактической среды формирования прибыли и дохода предприятий. По этой причине они являются обязательными элементами сравнительного анализа и оценки финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

Если прибыль выражается в абсолютной сумме, то рентабельность - это относительный показатель интенсивности производства, так как отражает уровень прибыльности относительно определенной базы. Организация рентабельна, если суммы выручки от реализации продукции достаточно не только для покрытия затрат на производство и реализацию, но и для образования прибыли. Рентабельность может определяться по-разному.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Они более полно, чем прибыль характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Их применяют для оценки деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразования.

В практике используют следующие показатели рентабельности [16]:

Рентабельность производства ( $R_{пр}$ ) - это отношение балансовой прибыли к сумме среднегодовой стоимости основных производственных фондов (ОФ) и оборотных средств (ОбФ).

$$R_{пр} = П_б / ОФ * 100%;(1.20)$$

$$R_{пр} = П_б / ОбФ * 100%;(1.21)$$

Рентабельность продукции – она отражает эффективность текущих затрат и исчисляется как отношение прибыли от реализации продукции к полной себестоимости реализованной продукции:

$$R_{пр} = П^п / C/c_{пол} * 100%, \quad (1.22)$$

где  $R_{пр}$  - рентабельность продукции;

$П^п$  - прибыль от реализации продукции;

$C/c_{пол}$  - полная себестоимость реализованной продукции.

Рентабельность конкретного вида продукции зависит от цен на сырье, качества продукции, производительности труда, материальных и других затрат на производство.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

Рентабельность продукции показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции. Рост данного показателя является следствием роста цен при постоянных затратах на производство реализованной продукции или снижения затрат на производство при постоянных ценах, то есть о снижении спроса на продукцию предприятия, а также более быстрым ростом цен чем затрат.

Общая рентабельность определяется как отношение балансовой прибыли к средней стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств. Отношение фонда к материальным и приравненным к ним затратам отражает доходность предприятия.

Общая рентабельность определяется по формуле:

$$R_0 = \Pi_6 / \Phi * 100\%, \quad (1.23)$$

где  $R_0$  - общая рентабельность;

$\Pi_6$  - общая сумма балансовой прибыли;

$\Phi$  - среднегодовая стоимость основных производственных средств, нематериальных активов и материальных оборотных средств.

Уровень общей рентабельности - это ключевой индикатор при анализе рентабельности предприятия. Но если требуется точнее определить развитие организации, исходя из уровня ее общей рентабельности, необходимо вычислить дополнительно еще два ключевых индикатора: рентабельность оборота и число оборотов капитала.

Рентабельность оборота отражает зависимость между валовой выручкой (оборотом) предприятия и его издержками и вычисляется по формуле:

$$R_{об} = \Pi_{пп} * 100 / В * 100\%, \quad (1.24)$$

где  $R_{об}$  - рентабельность оборота;

$\Pi_{пп}$  - прибыль до начисления процентов;

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

В - валовая выручка.

Чем больше прибыль по сравнению с валовой выручкой предприятия, тем больше рентабельность оборота. Широкое применение этот показатель получил в рыночной экономике. Рассчитывается в целом по предприятию и отдельным видам продукции.

Рентабельность инвестиций - характеризует возможность генерирования доходов данными собственными активами и показывает, сколько прибыли приходится на 1 руб. вложений в активы:

$$R_{и} = \text{П}_{бн} / A * 100\%, \quad (1.25)$$

где  $R_{и}$  - рентабельность инвестиций;

$\text{П}_{бн}$  - прибыль за вычетом налогов;

A - активы.

Рентабельность собственного капитала - показывает, сколько рублей чистой прибыли получено на 1 руб. собственного капитала:

$$R_{ск} = \text{П}^ч / \text{СК} * 100\%, \quad (1.26)$$

где  $R_{ск}$  - рентабельность собственного капитала;

$\text{П}^ч$  - чистая прибыль;

СК - собственный капитал.

Валовая рентабельность - показывает сумму прибыли полученной на 1 руб. от реализации и насколько эффективна основная деятельность:

$$R_{в} = \text{П}_{в} / В * 100\%, \quad (1.27)$$

где  $R_{в}$  - валовая рентабельность;

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

$\Pi^B$  - валовая прибыль;

$B$  - валовая выручка.

Чистая рентабельность - показывает, какую часть выручки от реализации составляет чистая прибыль:

$$R_{\text{ч}} = \Pi_{\text{ч}} / B * 100\%, \quad (1.28)$$

где  $R_{\text{ч}}$  - чистая рентабельность;

$\Pi^{\text{ч}}$  - чистая прибыль;

$B$  - валовая выручка.

Число оборотов капитала отражает отношение валовой выручки (оборота) предприятия к величине его капитала и исчисляется по формуле:

$$\text{Ч}_{\text{обк}} = B / A, \quad (1.29)$$

где  $\text{Ч}_{\text{обк}}$  - число оборотов капитала;

$B$  - валовая выручка;

$A$  - активы.

Чем выше валовая выручка предприятия, тем больше число оборотов ее капитала. В итоге уровень общей рентабельности определяется по следующей формуле:

$$Y_{\text{R0}} = R_{\text{об}} * \text{Ч}_{\text{обк}}, \quad (1.30)$$

где  $Y_{\text{R0}}$  - уровень общей рентабельности;

$R_{\text{об}}$  - рентабельность оборота;

$\text{Ч}_{\text{обк}}$  - число оборотов капитала.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						



## 2 АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «КЕМЕРОВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»

### 2.1 Общая характеристика предприятия

Молочная промышленность Кузбасса включает около 42 молокоперерабатывающих предприятий.

Одним из лидеров по производству цельномолочной продукции является ОАО «Кемеровский молочный комбинат».

Период становления ОАО «Кемеровский молочный комбинат» тесно связан с развитием города, в котором на момент появления молокоперерабатывающего предприятия работал ряд крупных химических и машиностроительных предприятий. Быстрорастущее население Кемерово необходимо было обеспечить цельномолочной продукцией, и изначально молочный комбинат был ориентирован на выпуск именно этой товарной группы – на вновь построенном предприятии был только цельномолочный участок. Это первое предприятие комбината мощностью 50 т переработки молока в сутки было введено в эксплуатацию в 1955 г. В первые же годы на заводе начала производиться реконструкция, связанная с расширением ассортимента выпускаемой продукции. Было смонтировано новое технологическое, паросиловое, холодильное оборудование. В 1959 г. был расширен главный производственный корпус, пристроен цех по переработке плавленых сыров. Молоко на завод поступало в основном из Топкинского района. Сырье для цеха плавленых сыров – с сыродельных заводов Алтайского края, а также с заводов Кемеровской области – Гурьевского, Крапивинского и Топкинского.

В 1967 г. был запущен второй молочный завод комбината, проектной мощностью 300 т переработки молока в сутки, оснащенный по тем временам самым современным технологическим оборудованием, позволяющим производить качественную разнообразную продукцию для удовлетворения потребности покупателей.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

Во втором квартале 1992 было принято решение о создании Кемеровского молочного комбината и с того времени структура комбината претерпела очень много изменений.

В структуру КМК входят два гормолзавода в г.Кемерово (ГМЗ № 1 специализируется на производстве цельномолочной продукции, сухих молочных продуктов, мороженого, десертов и масла, на ГМЗ № 2 производятся сыры), 2 молокоприемных завода в с. Панфилово и с. Титово, осуществляющие первоначальную приемку молока, и холодильник в г. Ленинске-Кузнецком для резервной продукции. Продукция, произведенная на комбинате, распространяется оптом и в розницу через торговый дом КМК (насчитывает более 1,5 тысяч клиентов).

В настоящее время ОАО «Кемеровский молочный комбинат» входит в состав группы компаний «Данон-Юнимилк». Это стабильная компания, занимающая одну из лидирующих позиций на рынках России и за рубежом. Группа Компаний Danone-Юнимилк является крупнейшим производителем молочных продуктов в России. Основная миссия: это забота о здоровье потребителей, основные бизнес-принципы - постоянная ориентация на высокое качество продукции и фокус на инновациях. На сегодняшний день в группу, численность сотрудников которой в России составляет около 22000 человек, входят более 30 заводов, на которых производятся следующие бренды: Danone, «Активиа», Actimel, «Растишка», «Даниссимо», «Простоквашино», «Биобаланс», «Актуаль», «Смешарики», «Тёма» и другие. 15 % молочной продукции в России производит группа компаний «Данон-Юнимилк».

Ежедневно комбинат закупает в среднем 250 тонн сырого молока. Сегодня в Кемеровском филиале Danone трудится около 500 человек. Проектная мощность молокозавода составляет 100 тысяч тонн готовой продукции в год.

Продукция ОАО «Кемеровский молочный комбинат»:

- "Био Баланс" Тан
- "Био Баланс" кефирный
- Йогурт густой "Био Баланс"

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

- Йогурт питьевой "Летний день", "Био Баланс"
- Каши "Тема"
- Кефир "Простоквашино", "Летний день"
- Кисломолочные продукты "Тема"
- Коктейль молочный "Простоквашино"
- Масло сливочное "Летний день"
- Масса творожная "Простоквашино"
- Молоко "Простоквашино", "Летний день"
- Молоко детское обогащенное "Тема"
- Молоко отборное "Простоквашино"
- Молоко топленое "Простоквашино", "Летний день"
- Мясные и рыбные пюре "Тема"
- Ряженка "Простоквашино", "Летний день"
- Сливки "Простоквашино"
- Сметана "Простоквашино", "Летний день"
- Снежок "Летний день"
- Сок "Тема"
- Сухая молочная смесь "Тема"
- Творог "Летний день" 5 %
- Творог "Простоквашино" 9%
- Творог "Тема"
- Творог зерненный "Простоквашино" 5%
- Творожки "Био Баланс"
- Фруктовые и овощные пюре "Тема"
- Чай "Тема"

Миссия предприятия - нести здоровье в каждый российский дом.

ОАО «Кемеровский молочный комбинат» является юридическим лицом. Имеет в собственности обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, имеет самостоятельный баланс, может от

						Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата		

своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные не имущественные права, быть истцом и ответчиком в суде.

Организационно-правовая форма – открытое акционерное общество.

Юридический адрес: Кемеровская область, г. Кемерово, ул. Тухачевского, 54.

Основным видом деятельности компании является производство молочных продуктов. Также ОАО «Кемеровский молочный комбинат» работает еще по 25 направлениям, одними из которых являются:

- оказание услуг по переработке молочного сырья;
- торговая деятельность;
- сдача в аренду имущества.

ОАО «Кемеровский молочный комбинат» действует на основании устава общества.

Цель общества – извлечение прибыли и создание условий для развития производственной базы, решение социальных проблем и повышение благосостояния каждого члена общества.

Структура органов управления и контроля предусматривает возможность осуществления распорядительных, исполнительных и контрольных функций. Высший орган – Совет директоров, который призван определять основные направления долгосрочной стратегии предприятия, порядок и условия его ликвидности, выбирать или назначать руководство предприятия (директора), которое фактически и выполняет функции главного управленческого органа.

## 2.2 Организационная структура предприятия

Под организационной структурой предприятия понимаются состав, соподчиненность, взаимодействие и распределение работ по подразделениям и органам управления, между которыми устанавливаются определенные отношения по поводу реализации властных полномочий, потоков команд и информации.

						Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата		

ОАО «Кемеровский молочный комбинат» является предприятием с линейно-функциональной структурой управления.

Линейно-функциональная структура позволяет в значительной степени устранить недостатки как линейного, так и функционального управления. При этой структуре назначение функциональных служб - подготовка данных для линейных руководителей в целях принятия компетентных решений или возникающих производственных и управленческих задач. Роль функциональных органов (служб) зависит от масштабов хозяйственной деятельности и структуры управления предприятием в целом. Чем крупнее фирма и сложнее ее управляющая система, тем более разветвленным аппаратом она располагает. В этой связи остро стоит вопрос координации деятельности функциональных служб.

Рассмотрим, основные функции каждой службы.

Служба основного производства. Основная задача – выпуск продукции в соответствии с заявками коммерческой службы. Основная особенность выпускаемой молочной продукции – ограниченный срок реализации.

Этим фактом обусловлены процессы молочного производства – прием сырья, очистка, охлаждение, пастеризация или стерилизация, сквашивание, гомогенизация, нагрев до нужной температуры, теххимический и микробиологический контроль, соблюдение условий хранения, реализация готового продукта.

Служба главного инженера. Основная задача – определение технической политики и направления технического развития предприятия в условиях рыночной экономики, путей реконструкции и перевооружения действующего производства.

Лаборатория отвечает за выработку продукции в соответствии со стандартами качества.

Большая роль по контролю качества продукции, вспомогательных материалов, тары, упаковки, санитарного состояния производственных помещений возложена на персонал отдела технического контроля предприятия.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

Служба заготовки сырья организует снабжение предприятия сырьем. Основным сырьем на предприятии является молоко. Дополнительным сырьем является: сахар, фруктовые наполнители, сухие закваски, жир и другие компоненты.

Служба управления персоналом занимается организацией процессов труда и управления на предприятии.

Службы логистики – планирование, организация и контроль выполнения логистических операций с целью организации бесперебойных поставок продукции потребителям, сырья от поставщиков и распределения ТМЦ производственным участкам.

Автоколонна – обеспечение транспортом для доставки готовой продукции, сырья, упаковки, ТМЦ.

Отдел снабжения – закупка материалов, упаковки ТМЦ.

Отдел складской логистики – хранение готовой продукции и ТМЦ.

Отдел управления запасами – планирование производства продукции, запасов ТМЦ, стратегического сырья.

Служба экономической безопасности – вопросы обеспечения безопасности предприятия.

Административная служба – организация и сопровождение документационного и информационного обеспечения деятельности подразделений предприятия, учет и обеспечение сохранности архивного фонда документов. Контроль за содержанием помещений в должном состоянии.

Финансовая служба – планирование и осуществление учета операций хозяйственной деятельности предприятия.

Отдел информационных технологий – обеспечивает пользователей компьютерами и офисной техникой, программным обеспечением и базами данных.

Отдел контроллинга – организация, анализ и оценка финансово – экономической деятельности предприятия.

Бухгалтерия – организация бухгалтерского учета на предприятии.

						Листов
Изм.	Листов	№ докум.	Подп.	Дата		

Организационная структура управления предприятия представлена на рисунке 2.1.

							<i>Лист</i>
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подп.</i>	<i>Дата</i>			

Изм.	
Лист	
№ докум.	
Подп.	
Дата	
Лист	

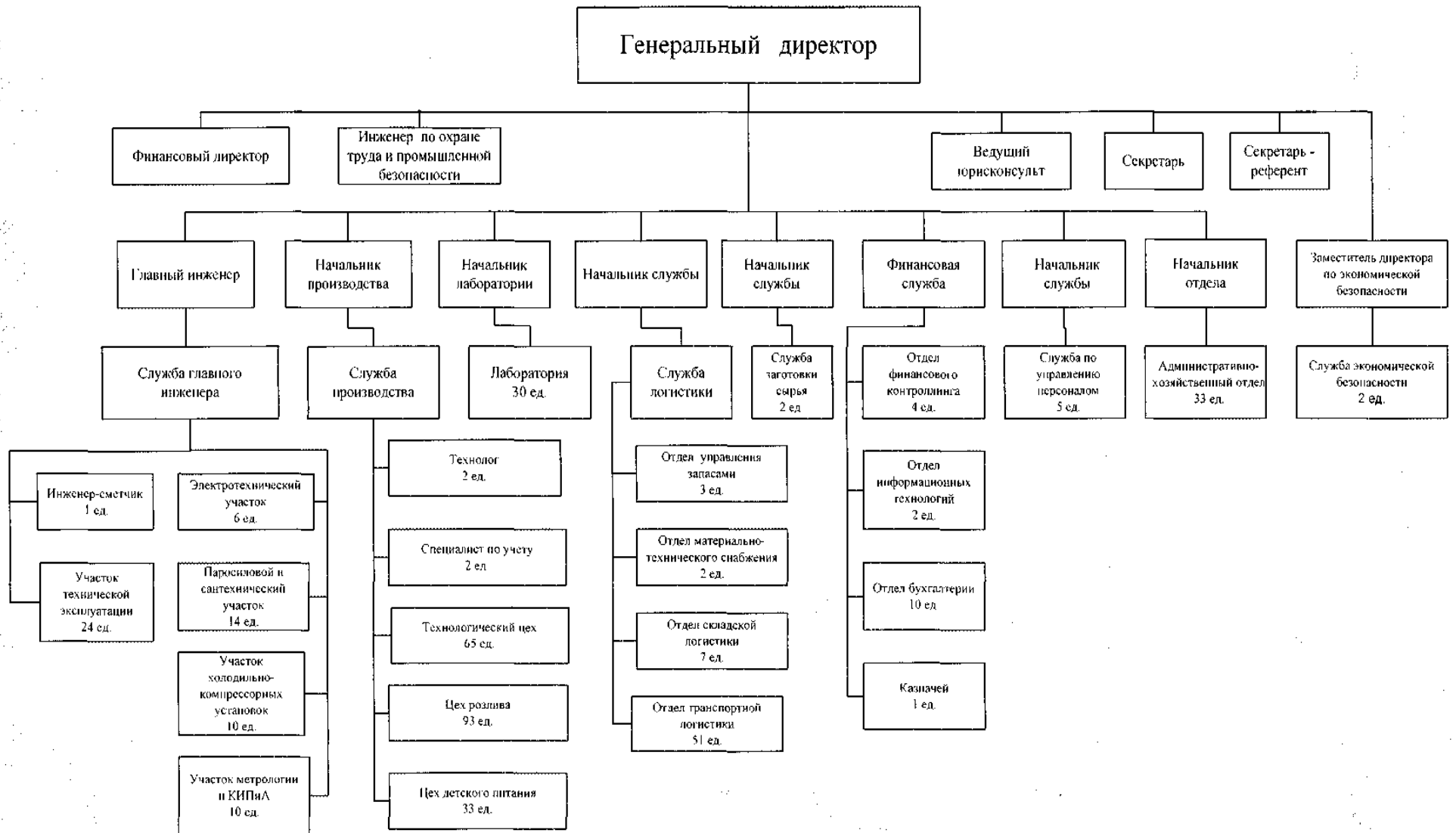


Рисунок 2.1 – Организационная структура предприятия





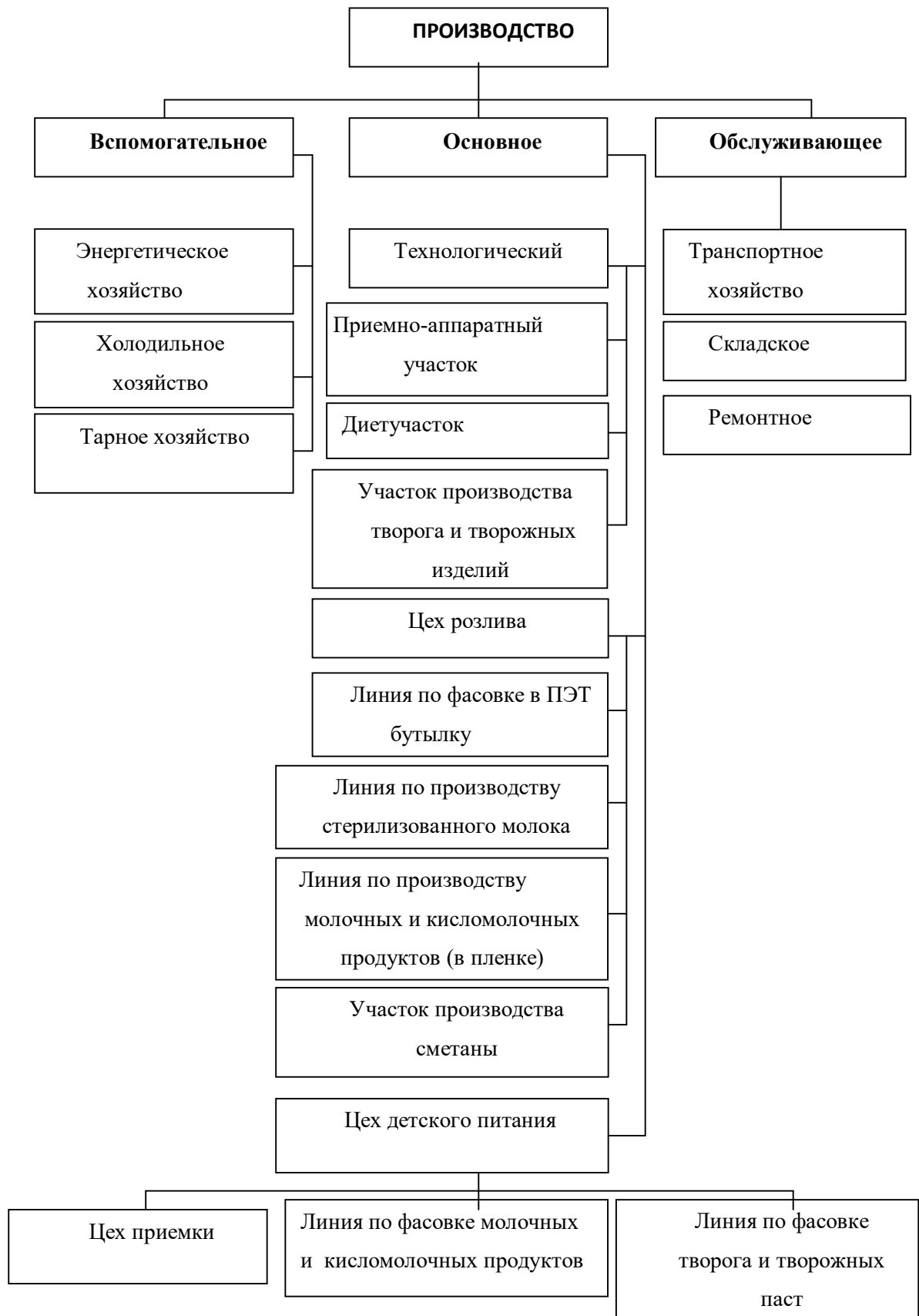


Рисунок 2.2 –Производственная структура предприятия

											Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата							

## 2.4 Маркетинговая политика предприятия

Как известно маркетинговая политика предприятия включает в себя товарную, ценовую, сбытовую политику, а также политику продвижения товара на рынке. Именно по такой схеме будет изложена политика предприятия: от выбора товара, определения его цены, различных методов сбыта до конечного этапа - продвижения товара, этапа на котором наращивается прибыль предприятия от продажи товара.

Маркетинг целиком и полностью зависит от потребителя, от его потребностей и запросов, поэтому предприятие просто вынуждено изменять свою товарную стратегию, создавая новые товары.

На сегодня с продукцией КМК знакомы не только жители Кемерово и Кемеровской области, но и покупатели г. Новосибирска, г. Томска, г. Братска, г. Ачинска, г. Омска, г. Красноярска и Алтая.

В настоящее время ОАО «Кемеровский молочный комбинат» производит широкий ассортимент молочных продуктов для всей территории Сибири и Дальнего Востока и насчитывает более 320 наименований, в том числе питьевое молоко, кефирные продукты, сметану и йогурты, детское питание, зерненный творог. Освоено производство новинки – кисломолочный продукт Закваска «Простоквашино».

Продукция данной компании пользуется высоким спросом на потребительском рынке. Ежегодно предприятием наращиваются объемы производства.

Основными поставщиками ОАО «Кемеровский молочный комбинат» являются товаропроизводители молока (сельхозпредприятия Кемеровской области), предприятия, выпускающие упаковочный материал для расфасовки молочных продуктов, моющие средства и пищевые добавки: ООО Агромир, г. Кемерово, ООО Новый Альянс, г. Кемерово, ООО Сибирский зерновой центр, г. Новосибирск, ООО Транском, г. Кемерово.

Основными потребителями продукции по оптовой и розничной торговле

											Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата							

является ЗАО Торговый Дом Кемеровского молочного комбината - 32,5%, по услугам по переработке молочного сырья - ООО Сибирская молочная компания - 58,6%.

Основными конкурентами являются: ООО МПО Скоморошка, ООО Анжерское молоко, ОАО Сибирское молоко, ЗАО Том-мас, ОАО Коломнамолпром, ООО Десерт МК, ОАО Лианозовский молочный комбинат.

ОАО «Кемеровский молочный комбинат» ставит себе задачу научиться лучше и быстрее всех в отрасли внедрять новые инновационные продукты и технологии, которые смогут повысить эффективность бизнеса.

Комбинат занимаем лидирующие позиции в тех регионах, где работаем. Однако его потенциал далеко не исчерпан. Развитие комбината направлено на упрочнение отношений с поставщиками молока, повышение эффективности производств и расширение дистрибуции на рынках присутствия. Сотрудники Кемеровского молочного комбината стремятся, чтобы каждая семья в регионе ежедневно потребляла продукцию комбината, укрепляя свое здоровье и получая удовольствие от вкусной, современной и качественной продукции.

Группа компаний Danone в России завершила комплексную реконструкцию на Кемеровском молочном комбинате – самую масштабную со времен строительства завода в конце 1960-х годов. Реконструкция коснулась основных участков молочной переработки. Проект позволит комбинату увеличить производственные мощности, расширить ассортиментный портфель и выпускать продукты мирового класса.

Объем средств, вложенных в реорганизацию, превышает 1,2 млрд руб.

Новый проект модернизации затронул все стратегические участки завода, в частности, «сердце предприятия» - приемный цех, который не реконструировался со времен строительства комбината в 1967 году, и аппаратный цех, работавший на оборудовании, смонтированном в конце 1980-х.

Переоснащение приемного цеха позволяет принимать молоко от местных хозяйств на новом высокотехнологичном оборудовании, в условиях, соответствующих мировым стандартам молочной отрасли.

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата					

Для розлива и упаковки готовой продукции были закуплены и смонтированы 8 автоматизированных линий. Производственные мощности комбината после модернизации выросли с 200 до 450 тонн в сутки.

Предприятие почти в 5 раз сократило количество используемого аммиака, что свело к минимуму риски возникновения чрезвычайных ситуаций на территории комбината и прилегающих территориях. Одновременно с реконструкцией Кемеровского молочного комбината были построены очистные сооружения, соответствующие международным нормам по защите окружающей среды от загрязнений воды.

В 2013 году запущено производство новинки – кисломолочного продукта Закваска «Простоквашино».

В реконструкцию завода вложено уже более 2 млрд рублей, в новый цех по производству детских молочных продуктов инвестировано более 700 млн. руб. Полностью было перестроено помещение, внедрено новейшее автоматизированное оборудование.

На город Кемерово приходится более 45% от общего объема продаж, на города Кемеровской области – в среднем 50%, в том числе на: г. Новокузнецк – 20%, г. Белово – 5%, г. Ленинск-Кузнецкий – 5%, г. Анжеро-Судженск – 2,6%, г. Прокопьевск – 4,5%, г. Киселевск – 6,9%, г. Топки – 0,3%, г. Юрга – 0,8%, г. Березовский – 1%, г. Тайга – 0,2%, г. Гурьевск – 0,2%, г. Междуреченск – 2,8%, г. Мыски – 2,0 %.

За пределами Кемеровской области продукция комбината продается: в г. Новосибирске – 12,8%, в г. Томске – 1,5%, в г. Братске, г. Омске, г. Красноярске, Алтае – реализуется в среднем не более 1% от общего объема продаж.

На сегодняшний день ведется работа по расширению охватываемого рынка, хотя это очень сложная деятельность. Молочные продукты имеют ограниченный срок реализации и поэтому очень сложно конкурировать с местными производителями в географически удаленных районах.

Уделяется внимание и численности населения. Так, на территории Кемеровской области наибольший объем продаж наблюдается в наиболее крупных

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

городах даже если они наиболее удалены. Сравним г. Новокузнецк (20%) и г. Белово (5%).

ОАО «Кемеровский молочный комбинат» по объемам выпуска цельномолочной продукции занимает около 35% от общего объема производства в области.

Сейчас комбинат выпускает 81 тысячу тонн цельномолочной продукции в год.

## **2.5 Анализ производственно-хозяйственной деятельности и финансовых результатов предприятия**

Анализ основных экономических и финансовых показателей предприятия представлены в таблице 2.1

Данные таблицы свидетельствуют о том, что выпуск продукции в 2013 году по сравнению с 2012 годом уменьшился на 3,9 %, а в 2014 году по сравнению с 2013 годом объем продукции увеличился на 10,3 %. Таким образом, выпуск продукции предприятия за рассматриваемый период увеличился на 6 %, что является положительным фактором.

Выручка от продажи – это стоимость проданной продукции, оказанных услуг, выполненных работ с налогом на добавленную стоимость, акцизами и другими надбавками.

Индекс цен по отношению 2013 года к 2012 составил 1,06 что свидетельствует о росте цен на 6 %.

За период 2012 – 2013 года индекс цен составил 1,06 что говорит о росте цен на 6 %.

На протяжении 2 лет индекс цен составил 1,12 это говорит, что в среднем цена за отгруженную продукцию увеличилась на 12 %.

						Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата		

Таблица 2.1 - Основные показатели производственно-хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия

Показатели	Ед. изм	2012 год	2013 год	2014 год	Отклонение, %		
					2013 г. / 2012 г.	2014 г. / 2013 г.	2014 г. / 2012 г.
1. Выпуск продукции	тонн	76738	73743	81365	96,1	110,3	106
2. Выручка от продажи продукции	тыс. руб.	2915646	3148419	3514037	108,0	111,6	120,5
3. Себестоимость продаж	тыс. руб.	2585773	3107758	3334893	120,2	107,3	129
4. Коммерческие расходы	тыс.руб	10538	9224	8696	87,5	94,3	82,5
5. Управленческие расходы	тыс.руб	55718	37054	39682	66,5	107,1	71,2
6. Прибыль (убыток) от продаж	тыс.руб.	263617	-5617	130766	-	-	49,6
7. Рентабельность продукции	%	10,2	-	3,9	-	-	38,2
8. Чистая прибыль (убыток)	тыс.руб.	158672	-45068	50267	-	-	31,7
9. Среднесписочная численность ППП	чел.	380	386	349	101,6	90,4	91,8
10. Выработка одного работника ППП	тыс. руб.	7672,8	8156,5	10068,9	106,3	123,4	131,2
11. Фонд оплаты труда ППП	тыс.руб.	125889	132236	141648	105,0	107,1	112,5
12. Среднемесячная заработная плата работника ППП	руб.	27607	28548	33822	103,4	118,5	122,5
13. Среднегодовая стоимость собственного капитала	тыс.руб	428493	383425	111692	89,5	29,1	26,1
14. Среднегодовая стоимость внеоборотных активов	тыс.руб	1301389	1268908	1281317	97,5	101,0	98,5
15. Среднегодовая стоимость основных фондов	тыс.руб	764649	978808	1683454	128,0	166,9	213,6
16. Среднегодовая стоимость оборотных средств	тыс.руб	275140	851629	612232	309,5	71,9	222,5
17. Фондоотдача основных фондов	руб.	3,81	3,22	2,15	83,4	64,9	54,1
18. Фондовооруженность работника ППП	тыс. руб.	1985,7	2535,8	3814,1	127,7	150,4	192,1
19. Коэффициент независимости	-	0,27	0,18	0,1	66,7	55,6	37,0
20. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-	-3,17	-1,04	-1,91	-	-	-
21. Коэффициент текущей ликвидности	-	0,07	0,1	0,17	142,9	170,0	242,9
22. Коэффициент восстановления платежеспособности	-	0,04	0,043	0,07	107,5	162,8	175,0

Наблюдается рост выручки от продажи продукции в действительных ценах за период 2012-2013 года на 8 % с 2013-2014 года на 11,6 %, с 2012-2014 на 20,5 %.

Но переведя данные по выручке в сопоставимые цены, можно сделать вывод о том, что на самом деле выручка увеличилась на 7 %, 5% и 13% соответственно.

Себестоимость значительно повышалась за весь период, и в 2012 году она составила 2585773 тыс. руб., а к 2014 году себестоимость увеличилась на 749120 тыс. руб., что составило 3334893 тыс. руб. Также рост себестоимости произошёл за счёт увеличения затрат на энергоносители и топливо.

Коммерческие расходы включают в себя затраты по отгрузке продукции покупателям, расходы на тару и упаковочные материалы, рекламу, изучение рынков сбыта. Коммерческие расходы носят не стабильный характер. В 2012 году они составляли 10538 тыс. руб., в 2013 году уменьшились на 1314 тыс. руб., и составили 9224 тыс. руб., и на конец 2014 года коммерческие расходы вновь уменьшились, и составили 8696 тыс. руб. Снижение коммерческих расходов положительно повлияло на прибыль от продаж. Данная динамика снижения расходов свидетельствует об эффективном управлении коммерческим блоком.

Управленческие расходы включают в себя административно-управленческие расходы, расходы на содержание общехозяйственного персонала, не связанного с производственным процессом, арендную плату за помещения общехозяйственного назначения, налоги, уплачиваемые в целом по организации (налог на имущество, транспортный налог, земельный налог и т.п.). Управленческие расходы значительно снизились на конец 2014 года, в сравнении с 2012 годом. В 2012 году они составили 55718 тысяч рублей, а к 2014 году снизились почти в 1,5 раза и составили 39682 тыс. руб.

Прибыль от продаж снизилась в динамике, так как было увеличение себестоимости продукции. В 2014 году, по сравнению с 2012 годом, наблюдается снижение прибыли от продаж на 50,4%.

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата					







### 3 АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ОАО «КЕМЕРОВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»

#### 3.1 Факторный анализ прибыли

На величину прибыли организации оказывают влияние разные факторы. По сути, все эти факторы воздействуют на финансово-хозяйственную деятельность организации. Одни из них оказывают прямое влияние, и их воздействие можно довольно точно определить с помощью методов факторного анализа. А другие оказывают косвенное влияние, через какие-либо показатели. В данном случае величину воздействия определить можно только с определенной долей вероятности или вообще невозможно.

Наибольший удельный вес прибыли до налогообложения любого предприятия занимает прибыль от продаж, которая, в свою очередь, формируется (зависит) из следующих показателей:

- выручка от продаж;
- себестоимость продукции;
- коммерческие расходы;
- управленческие расходы.

Рассчитаем влияние этих факторов на прибыль от продаж способом цепной подстановки. Воспользуемся аддитивной моделью, которая будет представлена в следующем виде:

$$П_{пр} = \text{Выручка} - С/с - \text{Коммерческие расходы} - \text{Управленческие расходы}$$

1) Сравним 2012 год (базисный) и 2013 год (отчетный).

$П_{2012}, П_{2013}, П_{2014}$  – прибыль от продаж за 2012 год, 2013 год и 2014 год;

$В_{2012}, В_{2013}, В_{2014}$  – выручка от продаж за 2012 год, 2013 год и 2014 год;

$S_{2012}, S_{2013}, S_{2014}$  – себестоимость за 2012 год, 2013 год и 2014 год;

$КР_{2012}, КР_{2013}, КР_{2014}$  – коммерческие расходы за 2012 год, 2013 год и 2014 год;

$УР_{2012}, УР_{2013}, УР_{2014}$  – управленческие расходы за 2012 год, 2013 год и 2014 год.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

$$П_{2012} = В_{2012} - S_{2012} - КР_{2012} - УР_{2012} = 2915646 - 2585773 - 10538 - 55718 =$$

$$= 263617 \text{ тыс. руб.}$$

$$П_{усл1} = В_{2013} - S_{2012} - КР_{2012} - УР_{2012} = 3148419 - 2585773 - 10538 - 55718 =$$

$$= 496390 \text{ тыс.руб.}$$

$$П_{усл2} = В_{2013} - S_{2013} - КР_{2012} - УР_{2012} = 3148419 - 3107758 - 10538 - 55718 =$$

$$= -25595 \text{ тыс.руб.}$$

$$П_{усл3} = В_{2013} - S_{2013} - КР_{2013} - УР_{2012} = 3148419 - 3107758 - 9224 - 55718 =$$

$$= - 24281 \text{ тыс.руб.}$$

$$П_{2013} = В_{2013} - S_{2013} - КР_{2013} - УР_{2013} = 3148419 - 3107758 - 9224 - 37054 =$$

$$= - 5617 \text{ тыс.руб.}$$

$$П_{2013} - П_{2012} = - 5617 - 263617 = - 269234 \text{ тыс.руб.}$$

Прибыль от продаж в целом сократилась на 269234 тыс.руб. в том числе за счет изменения:

а) выручки от продаж:

$$\Delta П(в) = П_{усл1} - П_{2012} = 496390 - 263617 = 232773 \text{ тыс.руб.}$$

б) себестоимости продукции:

$$\Delta П(s) = П_{усл2} - П_{усл1} = - 25595 - 496390 = - 521985 \text{ тыс.руб.}$$

в) коммерческих расходов:

$$\Delta П(кр) = П_{усл3} - П_{усл2} = - 24281 - (- 25595) = 1314 \text{ тыс.руб.}$$

г) управленческих расходов:

$$\Delta П(ур) = П_{2013} - П_{усл3} = - 5617 - (- 24281) = 18664 \text{ тыс.руб.}$$

Итого:

$$\Delta П(в) + \Delta П(s) + \Delta П(кр) + \Delta П(ур) = 232773 - 521985 + 1314 + 18664 =$$

$$= - 269234 \text{ тыс.руб.}$$

Прибыль от продаж в 2013 году по сравнению с 2012 годом сократилась на 269234 тыс.руб. Данное изменение произошло за счет увеличения себестоимости на 521985 тыс.руб.. За анализируемый период коммерческие и управленческие расходы сократились на 1314 тыс.руб. и 18664 тыс.руб. соответственно, выручка за исследуемый период возросла на 232773 тыс.руб., но не смогла перекрыть отрицательного воздействия себестоимости.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

2) Сравним 2013 год (базисный) и 2014 год (отчетный).

$$\begin{aligned} \Pi_{2013} &= B_{2013} - S_{2013} - КР_{2013} - УР_{2013} = 3148419 - 3107758 - 9224 - 37054 = \\ &= - 5617 \text{ тыс. руб.} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Pi_{\text{усл1}} &= B_{2014} - S_{2013} - КР_{2013} - УР_{2013} = 3514037 - 3107758 - 9224 - 37054 = \\ &= 360001 \text{ тыс.руб.} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Pi_{\text{усл2}} &= B_{2014} - S_{2014} - КР_{2013} - УР_{2013} = 3514037 - 3334893 - 9224 - 37054 = \\ &= 132866 \text{ тыс.руб.} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Pi_{\text{усл3}} &= B_{2014} - S_{2014} - КР_{2014} - УР_{2013} = 3514037 - 3334893 - 8696 - 37054 = \\ &= 133394 \text{ тыс.руб.} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Pi_{2014} &= B_{2014} - S_{2014} - КР_{2014} - УР_{2014} = 3514037 - 3334893 - 8696 - 39682 = \\ &= 130766 \text{ тыс.руб.} \end{aligned}$$

$$\Pi_{2014} - \Pi_{2013} = 130766 - (- 5617) = 136383 \text{ тыс.руб.}$$

Прибыль от продаж в целом увеличилась на 136383 тыс.руб. в том числе за счет изменения:

а) выручки от продаж:

$$\Delta\Pi(\text{в}) = \Pi_{\text{усл1}} - \Pi_{2013} = 360001 - (- 5617) = 365618 \text{ тыс.руб.}$$

б) себестоимости продукции:

$$\Delta\Pi(\text{s}) = \Pi_{\text{усл2}} - \Pi_{\text{усл1}} = 132866 - 360001 = -227135 \text{ тыс.руб.}$$

в) коммерческих расходов:

$$\Delta\Pi(\text{кр}) = \Pi_{\text{усл3}} - \Pi_{\text{усл2}} = 133394 - 132866 = 528 \text{ тыс.руб.}$$

г) управленческих расходов:

$$\Delta\Pi(\text{ур}) = \Pi_{2014} - \Pi_{\text{усл3}} = 130766 - 133394 = - 2628 \text{ тыс.руб.}$$

Итого:

$$\begin{aligned} \Delta\Pi(\text{в}) + \Delta\Pi(\text{s}) + \Delta\Pi(\text{кр}) + \Delta\Pi(\text{ур}) &= 365618 - 227135 + 528 - 2628 = \\ &= 136383 \text{ тыс.руб.} \end{aligned}$$

Прибыль от продаж в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 136383 тыс.руб. Данное изменение произошло за счет увеличения выручки на 365618 тыс.руб. и сокращения коммерческих расходов на 528 тыс.руб. За анализируемый период себестоимость и управленческие расходы увеличились на 227135 тыс. руб. и 2628 тыс.руб. соответственно, но эти факторы не

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						



руб., а коммерческие и управленческие расходы сократились на 1842 и 16036 тыс.руб. соответственно, но эти факторы не смогли перекрыть отрицательного воздействия увеличения себестоимости.

Результаты факторного анализа прибыли от продаж сведем в таблицу 3.1.

Таблица 3.1 - Результаты факторного анализа прибыли от продаж

Фактор	В 2013 г. по сравнению с 2012 г.	В 2014 г. по сравнению с 2013 г.	В 2014 г. по сравнению с 2012 г.
Выручка от продаж	+ 232773	+ 365618	+ 598391
Себестоимость проданной продукции, тыс. руб.	- 521985	- 227135	- 749120
Коммерческие расходы, тыс. руб.	+ 1314	+ 528	+ 1842
Управленческие расходы, тыс. руб.	+ 18664	- 2628	+ 16036
Итого	- 269234	+ 136383	- 132851

Как видно из данных таблицы 3.1, прибыль от продаж изменяется в течение всего анализируемого периода. В 2013 г. из-за негативного влияния фактора «себестоимость» прибыль превратилась в убыток. Самое сильное, положительное влияние на прибыль (+ 232773 тыс. руб.) в 2013 г. оказало увеличение выручки от продаж на 8%. В 2014 г. наблюдается обратная динамика: прибыль от продаж увеличилась на 136383 тыс. руб. за счет снижения себестоимости почти на 13% и увеличения выручки от продаж почти на 12 %.

Таким образом, в течение периода 2012-2014 гг. наблюдается сокращение прибыли от продаж на 132851 тыс. руб. На это сокращение оказал отрицательное

											Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата							

влияние фактор «себестоимость»(- 749120 тыс. руб.), хотя все остальные факторы в разной степени оказали положительное влияние.

Остальные показатели – факторы от прочей и внереализованной деятельности и чрезвычайные – не оказывают столь существенного влияния на прибыль, как факторы хозяйственной сферы.

На рисунке 3.1 представлена динамика прибыли от продаж и факторов, влияющих на неё.

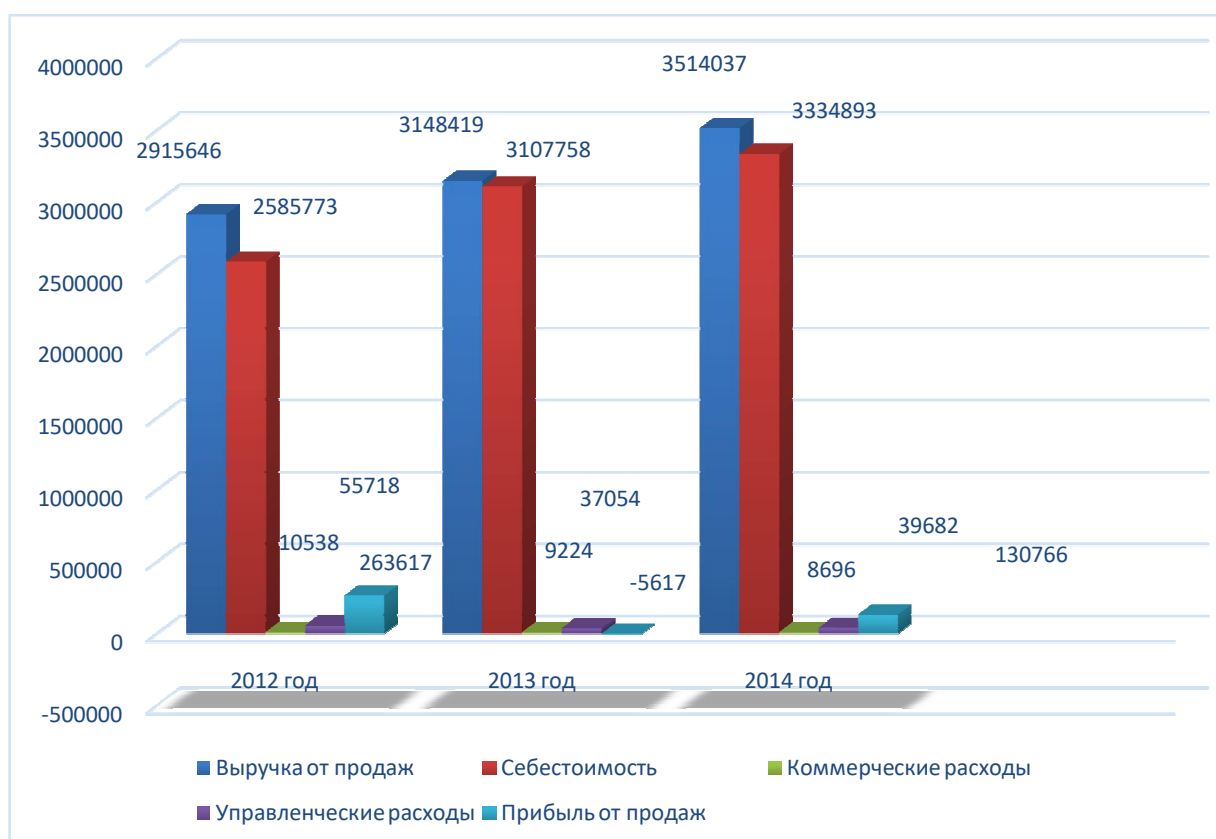


Рисунок 3.1 – Динамика прибыли и факторов, влияющих на неё (тыс.руб.)

### 3.2 Анализ рентабельности

Третьей составляющей понятия «результативность» являются показатели прибыльности, или рентабельности.

По данным отчета о прибылях и убытках можно проанализировать динамику рентабельности продаж, чистой рентабельности отчетного периода, а также влияние факторов на изменение этих показателей.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						



Рентабельность продаж ( $R^P$ ) – это отношение суммы прибыли от продаж к объёму реализованной продукции:

$$R^P = ((B - C - KP - UP) / B) * 100\% = \Pi^P / B * 100\% (3.1)$$

Рассчитаем рентабельность продаж по годам:

$$\begin{aligned} R_{2012}^P &= ((B_{2012} - C_{2012} - KP_{2012} - UP_{2012}) / B_{2012}) * 100\% = \\ &= (2915646 - 2585773 - 10538 - 55718) / 2915646 * 100\% = 9,04\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} R_{2013}^P &= ((B_{2013} - C_{2013} - KP_{2013} - UP_{2013}) / B_{2013}) * 100\% = \\ &= (3148419 - 3107758 - 9224 - 37054) / 3148419 * 100\% = 0 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} R_{2014}^P &= ((B_{2014} - C_{2014} - KP_{2014} - UP_{2014}) / B_{2014}) * 100\% = \\ &= (3514037 - 3334893 - 8696 - 39682) / 3514037 * 100\% = 3,7\% \end{aligned}$$

Из расчетов видно, что за анализируемый период показатель рентабельности продаж имеет отрицательную динамику. Так в 2012 году он составил 9,04 %, в 2013 году предприятие получило убыток, а в 2014 году рентабельность продаж составила 3,7 %, что на 5,34 % меньше чем в 2012 году.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

## **4 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ НА ОАО «КЕМЕРОВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»**

### **4.1 Характеристика мероприятий направленных на рост прибыли ОАО «Кемеровский молочный комбинат»**

В каждой организации должны предусматриваться плановые мероприятия по увеличению прибыли.

В общем плане эти мероприятия могут быть следующего характера:

- увеличение выпуска продукции;
- улучшение качества продукции;
- продажа излишнего оборудования и другого имущества или сдача его в аренду;
- снижение себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени;
- диверсификация производства;
- расширение рынка продаж и др;
- рациональное расходование экономических ресурсов;
- снижение затрат на производство;
- повышение производительности труда;
- ликвидация непроизводственных расходов и потерь;
- повышение технического уровня производства.

Несмотря на то, что прибыль является важнейшим экономическим показателем деятельности предприятия, она не характеризует эффективность его работы. Для определения эффективности работы организации необходимо сопоставить результаты (в данном случае прибыль) с затратами или ресурсами, которые обеспечили эти результаты. Как известно, прибыль от продаж - это разница между выручкой от продаж и полной себестоимостью продукции, работ, услуг. Таким образом, существуют два пути воздействия (увеличения, уменьшения) прибыли предприятия:

						<i>Лист</i>
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подп.</i>	<i>Дата</i>		

первый путь - снижение себестоимости;

второй путь - увеличение выручки, т.е. объема продаж.

Следует отметить, что снижение затрат для организации - объективный процесс. При этом не только по причине увеличения прибыли, но и в связи с конкурентной борьбой и необходимостью снижения цен на выпускаемую продукцию в определенных ситуациях. В этих случаях в целях сокращения или увеличения прибыли необходимо своевременно переходить на выпуск новой продукции.

#### **4.2 Введение автоматизированной оперативной системы управления**

Для повышения эффективности работы предприятия, необходимо ввести жесткую систему финансового планирования и бюджетирования на предприятии, также разработать и внедрить автоматизированную оперативную систему управления, которая позволит проводить оперативный учет и анализ финансового состояния предприятия, отслеживать формирование, движение финансовых ресурсов, их использование и распределение, что поможет сократить статьи расходов по основным экономическим показателям.

Введение новейших систем электронного документооборота, предоставит руководству организации и управленцам, которые отвечают за развитие бизнеса, обширные возможности для проведения анализа, осуществления планирования и реализации гибкого управления ресурсами компании повышая, тем самым, ее конкурентоспособность.

#### **4.3 Смена поставщика сырья**

На практике затраты возможно снизить на 5-10 % по каждой из статей основных затрат.

- Предлагается провести в ОАО "Кемеровский молочный комбинат" пересмотр контрактов с поставщиком.

<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подп.</i>	<i>Дата</i>		<i>Лист</i>

В настоящее время одним из поставщиков основного сырья (сырое молоко) и сахара является СПК «Чусовитинский», который находится в Ленинск-Кузнецком районе село Чусовитино.

Также предприятия, реализующие аналогичную продукцию находятся в нашем регионе, как ОАО «Славино» находящееся в поселке Чистогорский.

Качество продукции одинаковое, но за счет снижения транспортных расходов и более выгодной цены, предприятие может получить дополнительную прибыль, расчет которой представлен ниже.

Таблица 4.1 – Условия поставки сырья с СПК «Чусовитинский»

Сырьё	Цена 1 тонны, руб.	Кол-во, тонн	Общая стоимость сырья, тыс. руб.
Молоко	15183	10000	151830
Сахар	21100	50	1055
Итого	36283	10050	152885

Таблица 4.2 – Условия поставки сырья с ОАО «Славино»

Сырьё	Цена 1 тонны, руб.	Кол-во, тонн	Общая стоимость сырья, тыс. руб.
Молоко	14500	10000	145000
Сахар	20100	50	1005
Итого	34550	10050	146005

То есть после предложенного мероприятия расходы сократились на:

$152885 - 146005 = 6880$  тыс. руб., следовательно у предприятия есть возможность получения дополнительной прибыли.

#### 4.4 Замена ламп искусственного освещения

Практика показывает, что переход на энергосберегающие LED светильники снижает энергопотребление производства на 75-80%. Это означает, что ежегодно компании, успевшие модернизировать систему освещения, экономят миллионы

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата					

рублей, в то время как другие предприятия продолжают тратить астрономические суммы на электроэнергию, замену и утилизацию ламп, обслуживание и т.д.

Количество обычных ламп на предприятии представлено в таблице 4.3.

Таблица 4.3 – Искусственное освещение предприятия

Наименование помещения	Площадь помещения, м <sup>2</sup>	Мощность лампы, Вт	Количество ламп, шт.
Производственные цеха	18550	100	236
Лаборатории	72	80	10
Камеры хранения	306	80	15
Вспомогательные помещения	1170	80	109
Территория	22800	500	23

Предприятие приобретает светодиодные лампы. Количество ламп не меняется, изменяется только их мощность, срок службы и гарантия, которая составляет 3 года.

Таблица 4.4 – Общая стоимость светодиодного освещения предприятия

Наименование помещения	Площадь помещения, м <sup>2</sup>	Мощность лампы, Вт	Количество ламп, шт.	Стоимость 1 шт., руб.	Общая стоимость., руб.
Производственные цеха	18550	22	236	4100	967600
Лаборатории	72	8	10	800	8000
Камеры хранения	306	8	15	800	12000
Вспомогательные помещения	1170	8	109	800	87200
Территория	22800	100	23	7500	172500
Итого			393		1247300

											Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата							

Затраты на освещение составляют 40 % от общих затрат на электроэнергию,  
а именно:

$33404 * 40\% = 13361,6$  тыс. руб. - затраты на освещение,

Так как энергопотребление светодиодных ламп меньше обычных ламп на 75%, то соответственно затраты на освещение сократятся на 75%:

$13361,6 * 75\% = 10021,2$  тыс. руб.,

$13361,6 - 10021,2 = 3340,4$  тыс. руб. –затраты на освещение после замены ламп,

$33404 - 13361,6 + 3340,4 + 1,2473 = 23384,0473$  тыс. руб. – общие затраты на электроэнергию,

$33404 - 23384,0473 = 10019,9527$  тыс. руб.

Экономический эффект от замены ламп составит 10019,9527 тыс. рублей.

#### 4.5 Приостановка выплат материальной помощи

Законодательство не обязывает предпринимателей выплачивать работникам материальную помощь, поэтому решение о производстве таких выплат на предприятии принимает сам руководитель.

На предприятии материальная помощь составляет 10000 рублей на одного работника.

Источником выплаты материальной помощи на предприятии является текущая прибыль - дебет счета 91 «Прочие доходы и расходы».

$349 * 10000 = 3490$  тыс. руб. – общая сумма выплат на материальную помощь.

Экономический эффект от приостановки выплат материальной помощи составит 3490 тыс. рублей.

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						

## 4.6 Введение системы ActivityBasedCosting (ABC) – попроцессное калькулирование затрат

При введении этой системы в анализ предприятия выявляются основные процессы, в результате которых создается продукт, и затраты, необходимые для организации этих процессов. Главный инструмент сокращения издержек по системе ABC – определение избыточных и лишних бизнес-процессов, отказ от которых не повлияет на качество выпускаемого продукта.

Быстрое применение этого метода возможно при анализе всех затрат и выявлении трех главных составляющих: издержек, которые невозможно сократить без потери качества; затрат, которые можно убрать, при этом негативные последствия неминуемы; и издержки, которые безболезненно могут быть сокращены без трагических последствий. Последние издержки и подлежат немедленному сокращению.

При переходе от традиционной системы калькулирования себестоимости к методу ABC компании исходят из того, что новая информация должна привести к действиям, увеличивающим прибыль компании. Для этого надо, чтобы анализ, сделанный по методу ABC, значительно отличался от традиционного. А это происходит:

- когда производственные накладные расходы являются высокими по сравнению с прямыми затратами, в особенности с прямыми затратами на оплату труда;
- когда производится большой ассортимент существенно различающихся между собой продуктов;
- когда ресурсы, представляющие собой накладные расходы, связанные с производством продукции, являются достаточно разнообразными;
- когда объем накладных расходов определяется в первую очередь не объемом выпуска, а, скорее, числом транзакций или иным драйвером.

Информация, полученная в результате анализа ABC, может помочь выявить возможности увеличения прибыльности. Например, ABC часто показывает, что производство мелкосерийной продукции является более дорогим и,

						Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата		









В 4 главе были предложены 5 вариантов увеличения прибыли на предприятии. В них предлагалось:

1) ввести автоматизированную оперативную систему управления.

На основе применения принципов групповой технологии, использования перепрограммируемого технологического оборудования и программного управления разрешают в определенной степени противоречия, возникающие между единичным характером изделий, то есть максимальной изменчивостью производства, и необходимостью массового применения однотипных операций для обеспечения минимальных экономических затрат на выпуск продукции, что является экономически выгодным.

2) сменить поставщика сырья,

3) заменить лампы искусственного освещения,

4) приостановить выплаты материальной помощи,

5) ввести систему Activity Based Costing (ABC) –  
попроцессное калькулирование затрат.

Произведенные в этой главе расчеты показали, что эти мероприятия помогают улучшить основные показатели производственно-хозяйственной деятельности ОАО «Кемеровский молочный комбинат».

										Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подп.	Дата						



