

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата			
Разраб.					Лит.	Лист	Листов
Пров.							
Н. контр							
Утв.							

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

**«ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ
ООО «КУЗБАССКОНСЕРВМОЛОКО», П. ТЯЖИНСКИЙ,
КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ)»**

Выполнила: студентка гр. МТнд-221

Зюрина А.А.

Руководитель: к.э.н., доцент
Грязнова Н.Л.

Работа защищена:

Кемерово 2016

						Лист
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		5

В выпускной квалификационной работе на тему «Пути улучшения финансовых результатов деятельности организации (на примере ООО «Кузбассконсервмолоко», п. Тяжинский, Кемеровская область)» рассмотрены теоретические основы анализа финансовых результатов деятельности организации. Представлена организационно-экономическая характеристика организации, проанализированы основные производственно-хозяйственные и финансовые показатели ООО «Кузбассконсервмолоко» за 2012 – 2014 годы, проведен анализ финансовых результатов деятельности организации и предложены мероприятия по их улучшению.

						Лист
						6
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	10
1.1 Финансовые результаты как показатель эффекта хозяйственной деятельности предприятия.....	10
1.2 Задача и методика проведения анализа финансовых результатов.....	14
1.3 Пути повышения финансовых результатов предприятия.....	34
2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «КУЗБАССКОНСЕРМОЛОКО» ЗА 2012 – 2014 ГГ.....	42
2.1 Организационная структура организации.....	42
2.2 Анализ основных технико-экономических показателей производственно- хозяйственной деятельности организации.....	47
2.3 Анализ основных финансовых показателей организации	56
3 АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «КУЗБАССКОНСЕРМОЛОКО» И ПУТИ ИХ УЛУЧШЕНИЯ.....	65
3.1 Общая оценка динамики показателей прибыли	65
3.2 Анализ динамики основных показателей рентабельности организации....	68
3.3 Анализ влияния факторов на рентабельность продаж организации.....	78
3.4 Пути улучшения финансовых результатов деятельности организации.....	82
3.4.1 Увеличение выпуска и реализации продукции.....	83
3.4.2 Снижение уровня коммерческих расходов.....	86
3.4.3 Сокращение запасов сырья и материалов на складе.....	88

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....92

СПИСОК ЛИТЕРАТУРА.....94

ПРИЛОЖЕНИЯ

						Лист
						8
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

ВВЕДЕНИЕ

Финансовый результат деятельности предприятия – это прибыль, которая наиболее полно отражает эффективность производства, объём и качество произведённой продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Этот результат оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчёта, интенсификацию производства при любой форме собственности. Успешное функционирование предприятия на рынке того или иного товара определяется его способностью приносить достаточный доход для возмещения затрат и формирования прибыли. Многоаспектное значение прибыли усиливается с переходом экономики государства на основы рыночного хозяйства. Дело в том, что акционерное, арендное, частное предприятие, получив финансовую самостоятельность и независимость, вправе решать, на какие цели и в каких размерах направлять прибыль, оставшуюся после уплаты налогов в бюджет и других обязательных платежей и отчислений.

Финансовый результат деятельности предприятия выражается в изменении величины его собственного капитала за отчетный период. Способность предприятия обеспечить неуклонный рост собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов. Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности предприятия представлены в форме № 2 годовой и квартальной бухгалтерской отчетности.

Рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социального и материального поощрения персонала.

Прибыль составляет основу экономического развития предприятия. Рост прибыли создает финансовую основу для самофинансирования деятельности предприятия, осуществляя расширенное воспроизводство. За счет нее выполняется часть обязательств перед бюджетом, банками и другими предприятиями. Таким образом, прибыль является важнейшей составляющей для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия.

									Лист
									9
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

За счет отчислений от прибыли в бюджет формируется основная часть финансовых ресурсов государства, региональных и местных органов власти, и от их увеличения в значительной мере зависят темпы экономического развития страны, отдельных регионов, приумножения общественного богатства и, в конечном счете, повышения жизненного уровня населения.

Показатели финансовых результатов наиболее полно отражают эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости и являются основным источником финансовых ресурсов предприятия.

Величина прибыли во многом, определяет перспективы хозяйственного развития, возможности наращивания объемов хозяйственной деятельности. Она создает заинтересованность предпринимателей и участников хозяйственной деятельности в совершенствовании различных сторон своей деятельности, служит критерием экономической эффективности финансово-хозяйственной деятельности, выступает главным результативным показателем при расчете эффективности использования всех видов экономических ресурсов предприятия.

Планирование и формирование прибыли находится не только в интересах предприятий. В этом также заинтересовано государство (бюджет), коммерческие банки, инвестиционные структуры, акционеры и другие держатели ценных бумаг.

Прибыль - основной источник финансирования прироста оборотных средств, обновления и расширения производства, социального развития предприятия, а также важнейший источник формирования доходной части бюджетов разных уровней.

В рыночной экономике основной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли, увеличение материальной заинтересованности участников бизнеса в результатах финансово-хозяйственной деятельности. Максимизация прибыли в этой связи является первостепенной задачей предприятия. На величину прибыли в производственной деятельности оказывают влияние факторы субъективного характера и объективные, не зависящие от деятельности хозяйственного объекта.

Субъективные факторы: организационно-технический уровень управления предпринимательской деятельностью, конкурентоспособность выпускаемой продукции, уровень производительности труда, затраты на производство и реализацию продукции, уровень цен на готовую продукцию.

Объективные факторы: уровень цен на потребляемые материалы и энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений, конъюнктура рынка.

Показатели финансовых результатов (прибыли) характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной. Они составляют основу экономического развития предприятия, и укрепления его финансовых отношений со всеми участниками коммерческого дела. Для повышения эффективности работы предприятий первостепенное значение имеет выявление резервов увеличения объемов производства и реализации, снижения себестоимости продукции (работ, услуг), роста прибыли.

Целью выпускной квалификационной работы является выявление путей улучшения финансовых результатов деятельности ООО «Кузбассконсервмолоко».

Таким образом, финансовые результаты предприятия являются важнейшими показателями в системе оценке результативности и деловых качеств предприятия, степени его надёжности и финансового благополучия как партнёра.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Финансовые результаты как показатель эффекта хозяйственной деятельности предприятия

Показатели финансовых результатов (прибыли) характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной. Они составляют основу экономического развития предприятия и укрепления его финансовых отношений со всеми участниками коммерческого дела.[14]

Финансовый результат деятельности предприятия выражается в изменении величины его собственного капитала за отчетный период.

Способность предприятия обеспечить неуклонный рост собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов. Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности предприятия представлены в форме № 2 годовой и квартальной бухгалтерской отчетности.

Рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социального и материального поощрения персонала.

Прибыль является также важнейшим источником формирования доходов бюджета (федерального, республиканского, местного) и погашения долговых обязательств организации перед банками, другими кредиторами и инвесторами.

Таким образом, показатели прибыли являются важнейшими в системе оценки результативности и деловых качеств предприятия, степени его надежности и финансового благополучия как партнера.

Прибыль - это положительный финансовый результат деятельности организации. Отрицательный результат называется убыток.

Прибыль (убыток) - это разница между всеми доходами организации и всеми ее расходами.

С философской точки зрения прибыль можно определить так: *«Это функция времени и вознаграждение за терпение»*. [14]

Прибыль - это выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разность между полученными совокупным доходом и совершенными совокупными затратами в процессе этой деятельности.

Прибыль - особый систематически воспроизводимый ресурс коммерческой организации (предприятия), конечная цель развития бизнеса.

Сущность рассматриваемой экономической категории заключается в том, что необходимый уровень прибыли - это:

- основной внутренний источник текущего и долгосрочного развития организации (предприятия);
- главный источник возрастания рыночной стоимости организации (предприятия);
- индикатор кредитоспособности;
- главный интерес собственника, поскольку он обеспечивает возможность возрастания капитала и бизнеса;
- индикатор конкурентоспособности организации (предприятия), при наличии стабильного и устойчивого уровня прибыли;
- гарант выполнения организацией своих обязательств перед государством, источник удовлетворения социальных потребностей общества.

Поддержание необходимого уровня прибыльности - объективная закономерность нормального функционирования организации в рыночной экономике.

Систематический недостаток прибыли и ее неудовлетворительная динамика свидетельствуют о неэффективности и рискованности бизнеса, что является одной из главных внутренних причин банкротства. [18]

Основными показателями прибыли являются:

- валовая прибыль;
- прибыль от продаж;
- прибыль до налогообложения;
- чистая прибыль.

Все указанные показатели содержатся в ф. № 2 «Отчет о прибылях и убытках».

В процессе анализа используются различные показатели прибыли, которые можно классифицировать следующим образом.

По видам хозяйственной деятельности различают:

- прибыль от основной (операционной) деятельности;
- прибыль от инвестиционной деятельности;
- прибыль от финансовой деятельности.

По составу включаемых элементов различают:

- маржинальную (валовую) прибыль,
- общий финансовый результат отчетного периода до выплаты процентов и налогов (брутто-прибыль),
- прибыль до налогообложения,
- чистую прибыль.

Маржинальная прибыль - это разность между выручкой (нетто) и прямыми производственными затратами по реализованной продукции.

Брутто-прибыль включает финансовые результаты от операционной, финансовой и инвестиционной деятельности, внереализационные и чрезвычайные доходы и расходы (до выплаты процентов и налогов). Характеризует общий финансовый результат, заработанный предприятием для всех заинтересованных сторон (государства, кредиторов, собственников, наемного персонала).

Прибыль до налогообложения - это результат после выплаты процентов кредиторам.

Чистая прибыль - это та сумма прибыли, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты всех налогов, экономических санкций и прочих

									Лист
									14
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

обязательных отчислений.

В зависимости от характера деятельности предприятия выделяют:

- прибыль от обычной (традиционной) деятельности
- прибыль от чрезвычайных ситуаций, необычных для данного предприятия.

По характеру налогообложения различают:

- налогооблагаемую
- не облагаемую налогом (льготную) прибыль в соответствии с налоговым законодательством, которое периодически пересматривается.

По степени учета инфляционного фактора различают:

- номинальную прибыль
- реальную прибыль, скорректированную на темп инфляции в отчетном периоде.

По экономическому содержанию прибыль делится на:

- бухгалтерскую
- экономическую.

Бухгалтерская прибыль определяется как разность между доходами и текущими явными затратами, отраженными в системе бухгалтерских счетов.

Экономическая прибыль отличается от бухгалтерской тем, что при расчете ее величины учитывают не только явные затраты, но и неявные, не отражаемые в бухгалтерском учете (например, затраты на содержание основных средств, принадлежащих владельцу фирмы).

По характеру использования чистая прибыль подразделяется на:

- капитализированную (нераспределенную)
- потребляемую.

Капитализированная прибыль - это часть чистой прибыли, которая направляется на финансирование прироста активов предприятия.

Потребляемая прибыль - та ее часть, которая расходуется на выплату дивидендов акционерам и учредителям предприятия. [30]

Прибыль формируется в процессе хозяйственной деятельности организации, что находит отражение в бухгалтерском учете и отчетности.

									Лист
									15
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

Валовая прибыль рассчитывается как разность между выручкой от продажи продукции и производственной себестоимостью продукции.

Валовая прибыль служит для покрытия коммерческих и управленческих расходов. Она больше названных расходов на величину прибыли от продаж.

Валовая прибыль носит название «брутто-прибыли» от реализации продукции. Брутто-прибыль рассчитывается как разность строк 010 и 020 ф. 2.

Организация несет прочие расходы. В состав прочих расходов включаются налоги, относимые за счет финансового результата, финансовые результаты от реализации имущества, затраты по банковскому обслуживанию, прочие операционные и другие расходы, проценты к получению и к уплате, доходы от участия в других организациях и иные расходы.

Сальдо прочих доходов и расходов увеличивает или уменьшает прибыль от продаж и формирует прибыль до налогообложения.

После уплаты налога на прибыль у организации остается прибыль от обычной деятельности.

В случае возникновения чрезвычайных расходов и доходов эта прибыль корректируется на величину разницы между чрезвычайными доходами и расходами.

В результате формируется чистая (нераспределенная) прибыль отчетного периода, за счет которой выплачиваются дивиденды по обыкновенным и привилегированным акциям.

Величина прибыли, остающейся в распоряжении коммерческой организации, отражается по строке 190 ф. 2 финансовой отчетности.

1.2 Задачи и методика проведения анализа финансовых результатов

Основными источниками информации при анализе финансовых результатов прибыли служат накладные на отгрузку продукции, данные аналитического бухгалтерского учета по счетам результатов, финансовой отчетности ф. 2 «Отчет о прибылях и убытках», а также соответствующие таблицы плана предприятия.

									Лист
									16
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

Основными задачами анализа финансовых результатов являются:

- анализ и оценка уровня и динамики показателей прибыли;
- факторный анализ прибыли от реализации продукции (работ, услуг);
- анализ финансовых результатов от прочей реализации, внереализационной и финансовой деятельности;
- анализ и оценка использования чистой прибыли;
- анализ взаимосвязи затрат, объема производства (продаж) и прибыли;
- анализ резервов роста прибыли на основе оптимизации объемов реализации и издержек производства и обращения.
- изучение возможностей получения прибыли в соответствии с имеющимся ресурсным потенциалом предприятия и конъюнктурой рынка;
- систематический контроль за процессом формирования прибыли и изменением ее динамики;
- определение влияния как внешних, так и внутренних факторов на финансовые результаты и оценка качества прибыли;
- выявление резервов увеличения суммы прибыли и повышение уровня доходности бизнеса;
- оценка работы предприятия по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности;
- выработка рекомендаций по повышению эффективности системы управления прибылью.

Анализ финансовых результатов деятельности организации включает.

- Исследование изменений каждого показателя за текущий анализируемый период (горизонтальный анализ);
- Исследование структуры соответствующих показателей и их изменений (вертикальный анализ);
- Изучение динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов (трендовый анализ);
- Исследование влияния факторов на прибыль (факторный анализ).

В ходе анализа рассчитываются следующие показатели.

1. Абсолютное отклонение:

$$\pm\Delta\Pi = \Pi_1 - \Pi_0, \quad (1)$$

где Π_0 - прибыль базисного периода;

Π_1 - прибыль отчетного периода;

$\Delta\Pi$ - изменение прибыли.

2. Темп роста

$$\text{Тр} = \Pi_1 / \Pi_0 * 100\%, \quad (2)$$

где Π_0 - прибыль базисного периода;

Π_1 - прибыль отчетного периода;

3. Уровень каждого показателя относительно выручки от продаж (в %)

$$У_i = \Pi_i / \Pi_0 * 100\% \quad (3)$$

Показатели рассчитываются в базисном и отчетном периодах.

4. Изменение структуры:

$$\pm\Delta У = У\Pi_1 - У\Pi_0, \quad (4)$$

где $У\Pi_0$ - уровень отчетного периода

$У\Pi_1$ - уровень базисного периода).

5. Факторный анализ

Основными факторами, влияющими на прибыль предприятия, являются, прежде всего, выручка от продажи продукции, товаров (работ, услуг) или доход от основной деятельности и расходы (себестоимость и прочие). Что касается выручки, то на её объем влияют такие показатели, как количество реализованной продукции (товаров) и цена продажи.

Имея только «Отчет о прибылях и убытках» (ф. № 2), проанализировать влияние изменения затрат на прибыль можно, но оценить влияние факторов на изменение самих затрат - нельзя.

Для такого анализа необходимо располагать данными управленческого учета и формой № 5, в которой отражены расходы, произведенные организацией в отчетном и прошлом году, сгруппированные по экономическим элементам.

Прежде чем приступить к анализу затрат, необходимо определить различия в понятиях: выплаты, себестоимость, расходы, затраты.

Выплата - это передача (наличный расчет) или перечисление (безналичный расчет) денежных средств организации другой организации или физическому лицу с полным отчуждением этих средств.

Себестоимость продукции - это выраженные в денежном измерении расходы предприятия (за определенный период времени на изготовление продукции, находящейся на различных стадиях готовности: в незавершенном производстве, на складе готовой продукции, отгруженной в данном периоде покупателю).

Различают общую себестоимость продукции и себестоимость единицы продукции.

Чем выше производственные затраты, тем выше себестоимость.

Себестоимость - это расходы на простое воспроизводство, текущие расходы конкретного производителя.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).

Затраты - это выраженная в денежном измерении стоимость каких-либо ресурсов (материальных, трудовых, финансовых), использованных на обеспечение процесса расширенного воспроизводства.

В отличие от общего понятия «издержек» (кроме издержек обращения) понятие «затрат» в бухгалтерском учете относится прежде всего не к поглощающим объектам, а к поглощающим ресурсам.

Понятие «затраты» шире, чем понятие «себестоимость», которая представляет собой затраты на простое воспроизводство, текущие расходы конкретного производителя. Затраты увеличивают стоимость определенного вида активов (например, незавершенного производства).

При этом или уменьшается стоимость других активов (например, товарно-материальных ценностей), или увеличиваются обязательства к выплате.

Затраты отражаются дебетовыми оборотами соответствующих активных счетов: 20 «Основное производство», 21 «Полуфабрикаты собственного производства», 23 «Вспомогательные производства», 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы», 29 «Обслуживающие производства и хозяйства» и других. К категории затрат также относятся активы, учитываемые на счете 44 «Расходы на продажу».

Качество анализа расходов зависит от качества исходной информации. По данным финансовой отчетности выполнить полный анализ затрат невозможно. Для этого необходимо располагать данными аналитического и синтетического учета.

Для того чтобы проанализировать расходы и по видам, и по продуктам, и по затратным центрам можно составлять соответствующие аналитические таблицы.

Методика расчета влияния факторов на прибыль от обычной деятельности включает следующие шаги:

1. Расчет влияния фактора «Выручка от продажи».

Расчет влияния этого фактора нужно разложить на две части. Так как выручка организации - это произведение количества и цены реализуемой продукции, то сначала рассчитаем влияние на прибыль от продаж цены, по которой продавалась продукция или товары, а затем рассчитаем влияние на прибыль изменения физической массы проданной продукции.

При проведении факторного анализа необходимо учитывать влияние инфляции.

Предположим, что цены на продукцию в отчетном периоде возросли по сравнению с базисным в среднем на 19%. Тогда индекс цены:

$$И_{ц} = \frac{100 + 19}{100} = 1,19 \quad (5)$$

Следовательно, выручка от продажи в отчетном периоде в сопоставимых ценах будет равна:

$$В' = В_1 / И_{ц}, \quad (6)$$

где $В'$ - выручка от продажи в сопоставимых ценах;

$В_1$ - выручка от продажи продукции в отчетном периоде,

$И_{ц}$ – индекс цены

1.1. Расчет влияния фактора «Цена». Для определения степени влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от продажи необходимо сделать следующий расчет:

$$\Delta П^{п(ц)} = \Delta В^ц \times R_0^P / 100, \quad (7)$$

где $\Delta П^{п(ц)}$ - изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «цена»;

$\Delta В^ц$ - показатель, изменение выручки от продажи под влиянием цены;

R_0^P - рентабельность продаж в базисном периоде

1.2. Расчет влияния фактора «Количество проданной продукции (товаров)». Влияние на сумму прибыли от продажи (ПП) изменения количества проданной продукции можно рассчитать следующим образом:

$$\begin{aligned} \Delta П^{п(к)} &= [(В_1 - В_0) - \Delta В^ц] \times R_0^P / 100 \\ &= \Delta В^к \times R_0^P / 100 \end{aligned} \quad (8)$$

где $\Delta\Pi^{П(К)}$ - изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «количества проданной продукции»;

V_1 и V_0 - соответственно выручка от продажи в отчетном (1) и базисном (0) периодах;

$\Delta B^ц$ - показатель, изменение выручки от продажи под влиянием цены;

R_0^P - рентабельность продаж в базисном периоде.

2. Расчет влияния фактора «Себестоимость проданной продукции»

Расчет осуществляется следующим образом:

$$\Delta\Pi^{П(с)} = V_1 \times (УС_1 - УС_0) / 100, \quad (9)$$

где $\Delta\Pi^{П(с)}$ - изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «себестоимость проданной продукции»;

V_1 - выручка от продажи в отчетном период;

$УС_1$ и $УС_0$ - уровни себестоимости в отчетном и базисном периодах.

3. Расчет влияния фактора «Коммерческие расходы»

Для расчета используется формула, аналогичная предыдущей:

$$\Delta\Pi^{П(кр)} = V_1 \times (УКР_1 - УКР_0) / 100 \quad (10)$$

где $\Delta\Pi^{П(кр)}$ - изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «себестоимость проданной продукции»;

V_1 - выручка от продажи в отчетном период;

$УКР_1$ и $УКР_0$ - уровни коммерческих расходов в отчетном и базисном периодах.

4. Расчет влияния фактора «Управленческие расходы»

Расчет осуществляется следующим образом:

$$\Delta\Pi^{П(ур)} = V_1 \times (УУР_1 - УУР_0) / 100 \quad (11)$$

						Лист
						22
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

где $\Delta\Pi^{П(ур)}$ - изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «себестоимость проданной продукции»;

B_1 - выручка от продажи в отчетном период;

$УУР_1$ и $УУР_0$ - уровни управленческих расходов в отчетном и базисном периодах.

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

Однако их влияние на сумму прибыли тоже можно определить.

В данном случае используется метод балансовой увязки, факторная модель чистой прибыли отчетного периода аддитивного вида.

Влияние фактора определяется как абсолютные отклонения. Все показатели нужно разделить на факторы прямого и обратного влияния по отношению к прибыли.

На какую величину увеличивается (уменьшается) показатель-фактор «прямого действия», на такую же сумму увеличивается (уменьшается) прибыль.

Факторы «обратного действия» (расходы) влияют на сумму прибыли противоположным образом.

Таким образом, можно обобщить влияние факторов, воздействующих на прибыль от продажи и, следовательно, на прибыль отчетного периода.

Схема формирования показателей прибыли характеризует основные факторы различных показателей прибыли.

1. Расчет прибыли до налогообложения (РБ):

$$РБ = РР + РОП + РВН \quad (12)$$

или

$$РБ = N - SP - SKOM - СУПР + РОП + РВН, \quad (13)$$

где РР - прибыль (убыток) от продаж (реализации);

РОП - сальдо операционных доходов и расходов;

PBH - сальдо внереализационных доходов и расходов;

N - выручка от продаж;

SP - себестоимость продаж;

SKOM - коммерческие расходы;

SUПP - управленческие расходы.

Факторный анализ изменения прибыли до налогообложения в отчетном периоде по сравнению с предыдущим (или аналогичным периодом предыдущего года) проводится по формулам:

$$\Delta PБ = \Delta PП + \Delta PОП + \Delta PВН \quad (14)$$

или с учетом знаков изменений

$$\Delta PБ = \Delta N + \Delta SP + \Delta SKOM + \Delta SUПP + \Delta PОП + \Delta PВН \quad (15)$$

2. Расчет чистой прибыли (Pч):

$$PЧ = N - SP - SKOM - SUПP + PОП + PBH - G, \quad (16)$$

где N - выручка от продаж;

SP - себестоимость продаж;

SKOM - коммерческие расходы;

SUПP - управленческие расходы;

G - текущий налог на прибыль, скорректированный на отложенные налоговые активы (-) и обязательства (+).

3. Расчет чистой прибыли (Pч):

Чистая прибыль (или убыток отчетного периода) является итоговым показателем ф. № 2 «Отчет о прибылях и убытках». Именно чистая прибыль является основным источником пополнения собственного капитала, расширения масштабов деятельности предприятия и повышения его финансовой устойчивости.

Для расчета чистой прибыли можно использовать еще одну формулу, ясно показывающую основные факторы ее формирования:

									Лист
									24
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

$$РЧ = РР + РОП + РВН - G, \quad (17)$$

где РР - прибыль (убыток) от продаж (реализации);

РОП - сальдо операционных доходов и расходов;

РВН - сальдо внереализационных доходов и расходов;

G - текущий налог на прибыль, скорректированный на отложенные налоговые активы (-) и обязательства (+).

В соответствии с этой формулой чистая прибыль предприятия складывается как алгебраическая сумма (с учетом знаков) сальдо доходов и расходов по обычным видам деятельности (деятельности от продаж), сальдо (Роп) операционных доходов и расходов, скорректированного сальдо (\pm Рвн) внереализационных доходов и расходов (с учетом налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей).

Факторный анализ изменения чистой прибыли (Δ РЧ) в отчетном периоде по сравнению с предыдущим (или аналогичным периодом предыдущего года) проводится по формулам алгебраической суммы (с учетом знаков и изменений):

$$\Delta РЧ = \Delta РБ + \Delta G \quad (18)$$

$$\Delta РЧ = \Delta N + \Delta SP + \Delta SKOM + \Delta СУПР + \Delta РОП + \Delta РВН + \Delta G \quad (19)$$

$$\Delta РЧ = \Delta РР + \Delta РОП + \Delta РВН - \Delta G \quad (20)$$

Факторный анализ на основе формулы (19) дает наиболее обобщенную картину влияния финансовых результатов различных видов деятельности предприятия (обычных видов деятельности и видов деятельности, связанных с формированием операционных, внереализационных, чрезвычайных доходов и расходов) на его конечный финансовый результат. Факторный анализ чистой прибыли оформляется в виде аналитической таблицы. При необходимости следует из внереализационных доходов и расходов выделить отдельно расходы, связанные

										Лист
										25
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата						

с налогообложением и аналогичными платежами.

Дальнейший анализ финансовых результатов деятельности предприятия должен предусматривать более детальное изучение каждого из четырех основных факторов чистой прибыли. Для этого необходимо рассмотреть содержательную структуру доходов и расходов по обычным видам деятельности, операционных, внереализационных доходов и расходов, на основе чего производится факторный анализ финансовых результатов на более глубоком уровне детализации.

Составляющей частью понятия «результативность» являются показатели прибыльности или рентабельности.

По данным «Отчета о прибылях и убытках» (ф. № 2) можно проанализировать динамику рентабельности продаж, чистой рентабельности отчетного периода, рентабельность всего капитала, собственных средств, производственных фондов, финансовых вложений, перманентных средств а также влияние факторов на изменение этих показателей.

Следует отметить, что в странах с развитыми рыночными отношениями обычно ежегодно торговой палатой, промышленными ассоциациями или правительством публикуется информация о «нормальных» значениях показателей рентабельности.

Сопоставление своих показателей с их допустимыми величинами позволяет сделать вывод о состоянии финансового положения предприятия. В России эта практика пока отсутствует, поэтому единственной базой для сравнения является информация о величине показателей в предыдущие годы.

Рентабельность продаж (R_1) показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции и рассчитывается как:

$$R_1 = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка от продаж}} \quad (21)$$

Бухгалтерская рентабельность от обычной деятельности (R_2) показывает уровень прибыли после выплаты налога, рассчитывается по формулу:

$$R_2 = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Выручка от продаж}} \quad (22)$$

Чистая рентабельность (R_3) показывает, сколько чистой прибыли приходится на единицу прибыли. Показатель рассчитывается следующим образом:

$$R_3 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка от продаж}} \quad (23)$$

Экономическая рентабельность (R_4) показывает эффективность использования всего имущества организации и рассчитывается как:

$$R_4 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя стоимость имущества}} \quad (24)$$

Рентабельность собственного капитала (R_5) показывает эффективность использования собственного капитала, определяется по формуле:

$$R_5 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя стоимость собственного капитала}} \quad (25)$$

Валовая рентабельность (R_6) отражает величину валовой прибыли в каждом рубле реализованной продукции (работ, услуг).

$$R_6 = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка от продаж}} \quad (26)$$

В зарубежной практике этот показатель называется маржинальным доходом (коммерческой маржой).

Особый интерес для внешней оценки результативности финансово-хозяйственной деятельности организации представляет анализ не таких традиционных показателей прибыльности, как затратноотдача (R_7), которая

показывает, сколько прибыли от продажи приходится на 1 рубль затрат. Показатель рассчитывается по формуле:

$$R_7 = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Себестоимость}} \quad (27)$$

Однако более информативным является анализ рентабельности активов (R_4) и рентабельности собственного капитала (R_5). Чтобы оценить результаты деятельности организации в целом и проанализировать ее сильные и слабые стороны, необходимо синтезировать показатели, причем таким образом, чтобы выявить причинно-следственные связи, влияющие на финансовое положение и его компоненты. Одним из синтетических показателей экономической деятельности организации в целом является экономическая рентабельность (R_4), его еще принято называть рентабельностью активов. Это самый общий показатель, отвечающий на вопрос, сколько прибыли организация получает в расчете на рубль своего имущества. От его уровня, в частности, зависит размер дивидендов на акции в акционерных обществах.

В показателе рентабельности активов R_4 результат текущей деятельности анализируемого периода (прибыль) сопоставляется с имеющимися у организации основными и оборотными средствами (активами). С помощью тех же активов организация будет получать прибыль и в последующие периоды деятельности. Прибыль же является, главным образом (почти на 98%), результатом от продажи продукции (работ, услуг). Выручка от продажи - показатель, напрямую связанный со стоимостью активов: он складывается из натурального объема и цен продажи, а натуральный объем производства и продажи определяется стоимостью имущества

Если преобразовать формулу рентабельности активов (24), введя множитель

$$\frac{\text{Выручка от продажи}}{\text{Выручка от продажи}} = \frac{B}{B} \quad (28)$$

то она примет следующий вид:

$$R_4 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка от продажи}} \times \frac{\text{Выручка от продажи}}{\text{Средняя стоимость активов}} \times 100\% = \quad (29)$$

$$= \text{Чистая рентабельность} \times \text{Оборачиваемость} \text{ активов} \quad (30)$$

$$R_4 = R_3 \times d_1 \quad (31)$$

Таким образом, можно прийти к известной формуле, разработанной в фирме «Дюпон де Немур». Эта формула Дюпона позволяет определить, какие факторы в наибольшей степени влияют на экономическую рентабельность.

Рентабельность активов - показатель, производный от выручки.

Рентабельность активов может повышаться при неизменной рентабельности продаж и росте объема реализации, опережающем увеличение стоимости активов, т. е. ускорении оборачиваемости активов (ресурсоотдачи). И наоборот, при неизменной ресурсоотдаче рентабельность активов может расти и за счет роста бухгалтерской (до налогообложения) рентабельности.

Имеет ли значение для оценки финансово-хозяйственной деятельности организации, за счет каких факторов растет или снижается рентабельность активов? Безусловно, имеет. Потому что у разных предприятий неодинаковы возможности повышения рентабельности продаж и увеличения объема реализации.

Рентабельность продаж можно наращивать путем повышения цен или снижения затрат. Однако эти способы временные и недостаточно надежны в нынешних условиях. Наиболее последовательная политика организации, отвечающая целям укрепления финансового состояния, состоит в том, чтобы увеличивать производство и реализацию той продукции (работ, услуг), необходимость которой определена путем улучшения рыночной конъюнктуры.

В теории финансового анализа содержится оценка оборачиваемости и рентабельности активов по отдельным его составляющим: оборачиваемости и

рентабельности материальных оборотных средств, средств в расчетах, собственных и заемных источников средств. Однако, сами по себе эти показатели малоинформативны. Чисто арифметически, в результате уменьшения знаменателей при расчете этих показателей по сравнению со знаменателем показателя рентабельности или оборачиваемости всех активов, мы имеем более высокую рентабельность и оборачиваемость отдельных элементов капитала.

При анализе экономической рентабельности, безусловно, нужно принимать во внимание роль отдельных его элементов. Но зависимость целесообразно строить не через оборачиваемость элементов, а через оценку структуры капитала в увязке с динамикой его оборачиваемости и рентабельности. Из формулы R_4 хорошо видны возможные пути повышения экономической рентабельности - пути увеличения прибыльности капитала.

Показатель рентабельности собственного капитала (R_5) позволяет установить зависимость между величиной инвестируемых собственных ресурсов и размером прибыли, полученной от их использования.

Следует отметить, что факторам, влияющим на рентабельность собственного капитала, и по уровню значений, и по тенденции изменения присуща отраслевая специфика.

Так, показатель ресурсоотдачи может иметь относительно невысокое значение при высокой капиталоемкости. Показатель рентабельности продаж (R_1) при этом будет высоким. Относительно низкое значение коэффициента финансовой независимости может быть только в организациях, имеющих стабильное и прогнозируемое поступление денежных средств за свою продукцию (работы, услуга). Это же относится к организациям, имеющим значительную долю ликвидных активов. Таким образом, в зависимости от отраслевой специфики, а также финансово-хозяйственных условий организация может делать ставку на тот или иной фактор повышения рентабельности собственного капитала.

Анализируя рентабельность в пространственно-временном аспекте, необходимо принимать во внимание три ключевые особенности этого показателя.

Первая связана с проблемой выбора стратегии управления финансово-хозяйственной деятельностью организации. Если выбрать стратегию с высоким риском, то необходимо получение высокой прибыли. Или наоборот - небольшая прибыль, зато, почти не рискуя. Одним из показателей риска в бизнесе как раз является коэффициент финансовой независимости - чем ниже его значение, тем в меньшей степени доля собственного капитала увеличивается за счет повышения фактора-коэффициента финансовой независимости. И это положение ослабляет финансовую устойчивость организации.

Вторая особенность связана с проблемой оценки. Числитель и знаменатель рентабельности собственного капитала выражены в денежных единицах разной покупательной способности. Числитель, т. е. прибыль, динамичен. Он отражает результаты деятельности и сложившийся уровень цен на товары, услуги в основном за истекший период. Знаменатель, т.е. стоимость собственного капитала, складывается в течение ряда лет. Он выражен, как правило, в учетной оценке, которая может существенно отличаться от текущей оценки. Поэтому высокое значение коэффициента R_5 может быть вовсе не эквивалентно высокой отдаче на инвестируемый собственный капитал.

И, наконец, третья особенность связана с временным аспектом деятельности организации. Коэффициент чистой рентабельности (R_3), влияющий на рентабельность собственного капитала, определяется результативностью работы отчетного периода, а будущий эффект долгосрочных инвестиций он не отражает. Если организация планирует переход на новые технологии или другую деятельность, требующую больших инвестиций, то рентабельность капитала может снижаться. Однако если расходы в дальнейшем окупятся, то снижение рентабельности (R_5) нельзя рассматривать как негативную характеристику текущей деятельности.

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

Рентабельность продаж ($R^п$) - это отношение суммы прибыли от продаж к объему реализованной продукции:

$$R^п = \frac{B - C - КР - УР}{B} \times 100\%, \quad (32)$$

где B – выручка от продаж;

C – себестоимость продаж;

$КР$ – коммерческие расходы;

$УР$ – управленческие расходы.

или

$$R^п = \frac{\Pi^п}{B} \times 100\%, \quad (33)$$

где $\Pi^п$ - прибыль от продаж

B – выручка от продаж;

Из этой факторной модели следует, что на рентабельность продаж влияют те же факторы, которые влияют на прибыль от продажи.

Чтобы определить, как каждый фактор повлиял на рентабельность продаж, необходимо осуществить следующие расчеты.

1. Влияние изменения выручки от продажи на $R^п$:

$$R^{п(в)} = \left(\frac{B_1 - C_0 - КР_0 - УР_0}{B_1} - \frac{B_0 - C_0 - КР_0 - УР_0}{B_0} \right) \times 100\% \quad (34)$$

где B_1 и B_0 - отчетная и базисная выручка,

C_1 и C_0 - отчетная и базисная себестоимость;

$КР_1$ и $КР_0$ - отчетные и базисные коммерческие расходы;

$УР_1$ и $УР_0$ - управленческие расходы в отчетном и базисном периодах.

2. Влияние изменения себестоимости продажи на $R^п$:

$$R^{п(с)} = \left(\frac{B_1 - C_1 - КР_0 - УР_0}{B_1} - \frac{B_1 - C_0 - КР_0 - УР_0}{B_0} \right) \times 100\% \quad (35)$$

						Лист
						32
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

3. Влияние изменения коммерческих расходов на рентабельность продаж
 R^{Π} :

$$R^{\Pi(KP)} = ((B_1 - C_1 - KP_1 - UP_0 / B_1) - (B_1 - C_1 - KP_0 - UP_0 / B_0)) \times 100\% \quad (36)$$

4. Влияние изменения управленческих расходов на рентабельность продаж
 R^{Π}

$$R^{\Pi(UP)} = ((B_1 - C_1 - KP_1 - UP_0 / B_1) - (B_1 - C_1 - KP_0 - UP_0 / B_0)) \times 100\% \quad (37)$$

Совокупное влияние факторов составляет:

$$\Delta R^{\Pi} = \pm \Delta R^B \pm \Delta R^C \pm \Delta R^{KP} \pm \Delta R^{UP} \quad (38)$$

Чистая рентабельность организации в отчетном периоде рассчитывается как отношение суммы чистой прибыли отчетного периода к выручке от продажи:

$$R^{\Pi} = \Pi^{\text{ч}} / B \times 100\% \quad (39)$$

где $\Pi^{\text{ч}}$ - чистая прибыль;

B - выручка от продажи.

На чистую рентабельность оказывают влияние факторы, формирующие чистую прибыль отчетного периода.

На чистую рентабельность отчетного периода оказывают влияние (кроме выше перечисленных) изменения уровней всех показателей факторов:

$$\Delta R^{\Pi} = \pm \Delta R^{\Pi} \pm \Delta Y_{\% \text{пол.}} \pm \Delta Y_{\% \text{упл.}} \pm \Delta Y_{\text{ДрД}} \pm \Delta Y_{\text{ПрД}} \pm \Delta Y_{\text{ПрР}} \pm \Delta Y_{\text{н/п}} \pm \Delta Y_{\text{чД}} \pm \Delta Y_{\text{чР}} \quad (40)$$

Качество прибыли - обобщенная характеристика структуры источников формирования прибыли организации.

Высокое качество операционной прибыли характеризуется ростом объема выпуска продукции, снижением операционных затрат, а низкое качество - ростом цен на продукцию без увеличения объема ее выпуска и реализации в натуральных показателях.

Ведущую роль в повышении качества прибыли играет снижение себестоимости продукции. Это характеризует интенсивный путь роста прибыли путем использования собственных внутренних резервов.

На качество прибыли кроме изменения издержек влияют и другие факторы:

- процентная ставка по кредитам (чем она ниже, тем выше качество прибыли);
- состояние расчетов с кредиторами, которое характеризуется отношением просроченной кредиторской задолженности к общей величине этой задолженности (чем меньше это отношение, тем выше качество прибыли);
- уровень рентабельности продаж (отношения чистой прибыли к объему реализации) - повышение рентабельности продаж свидетельствует о высоком качестве прибыли;
- коэффициент достаточности прибыли - если организация имеет рентабельность выше отраслевой, то качество прибыли высокое;
- структура рентабельности по видам продукции – повышение доли высокорентабельных изделий свидетельствует о высоком качестве прибыли.[18]

Финансовые результаты (прибыль) организации должны анализироваться с учетом данных о движении денежных средств. Это вызвано тем, что в бухгалтерской отчетности отражены финансовые результаты, рассчитанные по методу начисления, а не по кассовому методу. Кроме того, часть поступлений и выбытий денежных средств непосредственно не влияют на прибыль отчетного периода (доходы и расходы будущих периодов, получение и выплата авансов, получение и возврат кредитов, финансовые вложения и др.).

Источником информации о движении денежных средств служит ф. 4 «Отчет о движении денежных средств». Она содержит данные отдельно по

текущей, инвестиционной и финансовой деятельности организации.

В текущей деятельности поступление денежных средств выражается в выручке от реализации продукции и полученных авансах. Расход денежных средств складывается здесь из оплаты товаров (услуг и работ), оплаты труда, отчислений в государственные внебюджетные фонды, а также средств, направленных на выдачу подотчетных сумм и авансов

К поступлениям от инвестиционной деятельности относятся выручка от реализации основных средств и иного имущества, полученные дивиденды и проценты; к расходам - приобретение машин, оборудования, транспортных средств, нематериальных активов, оплата долевого участия в строительстве, приобретение долгосрочных ценных бумаг, долгосрочные финансовые вложения, выплата дивидендов и процентов.

Поступления от финансовой деятельности складываются из выпуска краткосрочных ценных бумаг, реализации ранее приобретенных ценных бумаг, полученных кредитов; расходы - из затрат на приобретение краткосрочных ценных бумаг, возврат кредитов и др.

В процессе анализа устанавливают структуру поступлений и расходов денежных средств.

В нормальной ситуации текущая деятельность предприятия должна обеспечивать приток денежных средств, полностью покрывающий их инвестиционный отток. Отношение чистого денежного потока от текущей деятельности к чистому денежному потоку от инвестиционной деятельности должно превышать 50%

Далее в процессе анализа устанавливают взаимосвязь полученной чистой прибыли и изменения остатка денежных средств.

Она обнаруживается с помощью косвенного анализа движения денежных средств, который основывается на данных Отчета о прибылях и убытках и баланса.

Косвенный метод анализа дает представление об источниках увеличения и использования денежных средств организации за отчетный период.

– Источники поступления денежных средств: чистая (нераспределенная) прибыль,

амортизационные отчисления за отчетный период, уменьшение активов, увеличение кредиторской задолженности.

- Направления использования денежных средств: увеличение уставного капитала, приобретение оборудования, увеличение активов, уменьшение кредиторской задолженности

Разница между итогами по разделам «поступление» и «использование» представляет собой изменение остатка денежных средств в балансе организации на начало и конец отчетного периода.

Таким образом, основными источниками свободных денежных средств организации являются чистая прибыль и амортизационные отчисления. Чтобы рассчитать изменение денежных средств, к сумме чистой прибыли и амортизации необходимо прибавить приращение собственного капитала, кредитов и займов, кредиторской задолженности и вычесть приращение внеоборотных активов, запасов, дебиторской задолженности и стоимости краткосрочных финансовых вложений. [18]

1.3 Пути повышения финансовых результатов предприятия

Главная цель управления прибылью - максимизация благосостояния собственников в текущем и перспективном периодах. Это означает обеспечение:

- максимальной прибыли, соответствующей ресурсам организации и рыночной конъюнктуре;
- оптимальной пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска;
- высокого качества формируемой прибыли;
- выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам компании;
- достаточного объема инвестиций за счет прибыли в соответствии с задачами развития бизнеса;
- роста рыночной стоимости организации;

									Лист
									36
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

– эффективности программ участия персонала в распределении прибыли. [18]

Для сознательного и целенаправленного принятия организационно-технических и хозяйственно-управленческих решений по наращиванию прибыли необходимо, прежде всего, классифицировать факторы роста прибыли и параметры, количественная оценка которых позволяет оценить их влияние на этот процесс.

Все факторы можно разделить на две группы - внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные).

К внешним факторам относятся:

- рыночно-конъюнктурные (диверсификация деятельности организации, повышение конкурентоспособности в оказании услуг, организация эффективной рекламы новых видов продукции, уровень развития внешнеэкономических связей, изменение тарифов и цен на поставляемую продукцию и услуги в результате инфляции);
- хозяйственно-правовые и административные факторы (налогообложение, правовые акты, постановления и положения, регламентирующие деятельность организации, государственное регулирование тарифов и цен).

Внутренними факторами являются:

- материально-технические (использование прогрессивных и экономичных предметов труда, производительного технологического оборудования, проведение модернизации и реконструкции материально-технической базы производства);
- организационно-управленческие (освоение новых, более совершенных видов продукции и услуг, разработка стратегии и тактики деятельности и развития организации, информационное обеспечение процессов принятия решения);
- экономические (финансовое планирование деятельности организации, анализ и поиск внутренних резервов роста прибыли, экономическое стимулирование производства, налоговое планирование);
- социальные (повышение квалификации работников, улучшение условий труда, организация оздоровления и отдыха работников).

Количественную оценку перечисленных факторов проводят с помощью ряда параметров, основными из которых являются:

- изменение отпускных цен на реализованную продукцию;
- изменение объемов продукции (по базовой себестоимости);
- изменение в структуре реализации продукции;
- экономия от снижения себестоимости продукции;
- изменение себестоимости за счет структурных сдвигов;
- изменение цен на материалы и тарифов на услуги;
- изменение цен на 1 рубль продукции.

На величину прибыли воздействует также эффект производственного и финансового рычага.

Эффект производственного (операционного) рычага показывает, во сколько раз изменение прибыли опережает темпы прироста объема реализации. Увеличение прибыли происходит за счет эффекта масштаба производства. При этом, чем выше доля постоянных расходов в общей сумме издержек, тем больше эффект производственного рычага.

Эффект финансового рычага характеризует изменение прибыли при рациональном использовании заемных средств. Увеличение доли заемного капитала позволяет, при определенных условиях, снизить налогооблагаемую прибыль и налог на прибыль. Однако финансовый риск деятельности организации при этом возрастает.

Инфляция означает обесценение денежной единицы, снижение ее покупательной способности. Различают инфляцию открытую, которая проявляется в росте цен на товары, не обусловленном повышением их качества, и скрытую (подавленную), когда потребитель, несмотря на стабильность цен, не может приобрести товар по официальной цене из-за его дефицита.

Инфляция оказывает существенное влияние на хозяйственную деятельность организации и прежде всего на величину ее денежных потоков. Для определения реальной величины денежного потока расходов, выручки или прибыли необходимо разделить номинальную величину этого потока на индекс инфляции.

Инфляция по-разному влияет на инвестиционные возможности организации и на ее текущее финансовое положение. Она влияет на выбор и принятие решений, поскольку инвестиции предприятие производит сегодня и их номинальная стоимость равна реальной стоимости, а доходы будут получены спустя некоторое время, когда уменьшится не только текущая стоимость будущих денежных поступлений, но и сами деньги обесценятся вследствие инфляции. В общем случае действует правило: в условиях инфляции инвестирование денежных средств в любые операции оправдано лишь в том случае, если доходность вложений превышает темпы инфляции.

В текущей деятельности инфляция влияет на доходы, расходы и прибыль. Если у организации существует временной лаг между отгрузкой и оплатой продукции, то за период такого разрыва покупательная способность (ценность) доходов уменьшается (независимо от того, каков уровень инфляции) примерно на величину процентов, которые организация могла бы получить, если бы денежные средства, поступившие в момент отгрузки, были положены на депозит в банке.

При инфляции реальная стоимость каждого поступления денежных средств уменьшается еще и на величину инфляционного обесценения, поэтому предприятие стремится уменьшить временной лаг между отгрузкой и оплатой или вообще требует предоплаты. Однако при такой политике организация потенциально теряет в конкурентной борьбе, поскольку важнейшим фактором увеличения объема продаж является продажа продукции в кредит (кредитная политика).

Потребность организации в оборотных средствах, необходимых, прежде всего, для приобретения сырья, материалов, создания запасов готовой продукции, зависит от объема продаж, соотношения цен на приобретение сырья и цен реализации продукции (прямая и обратная зависимость), периода оборота дебиторской и кредиторской задолженности.

В процессе инфляции цены на сырье, материалы, топливо растут, соответственно растет номинальная величина финансовых потребностей организации на эти цели. Вместе с тем при отсрочке платежей инфляция

фактически уменьшает реальную цену приобретения производственных запасов. Поэтому предприятие стремится повысить средний срок кредиторской задолженности (в разумных пределах) и обеспечить превышение его над средним сроком дебиторской задолженности.

Таким образом, парадокс инфляции заключается в том, что предприятия, имеющие кредиторские обязательства, оказываются в выигрышном положении, поскольку получают возможность совершить выплаты по долгам «обесцененными» деньгами. Но одновременно у предприятия искажаются показатели кредитоспособности и ликвидности, поскольку одни статьи активов (стоимость основных средств и запасов) искусственно занижаются по сравнению с их реальной стоимостью, а другие статьи (денежные средства, кроме валютных счетов, дебиторская задолженность), наоборот, завышаются. Занижение реальной стоимости основных средств ведет к занижению издержек (амортизация).

Реальная прибыль равна разнице между реальными доходами и реальными расходами. Поэтому если цены на сырье растут быстрее, чем цены на готовую продукцию, реальная рентабельность продукции падает. В условиях инфляции увеличивается риск получения фактического убытка вместо реальной и даже номинальной прибыли. Риск тем выше, чем больше доля стоимости сырья в цене готовой продукции.

Кроме того, занижение издержек ведет к завышению прибыли и налога на прибыль, а также других налогов. В результате у организации изымается не только часть прибавочного, но и необходимого продукта, что нарушает процесс воспроизводства. В условиях инфляции прибыль отвлекается на пополнение оборотных средств.

Все это толкает организацию на искажение прибыли и увеличение отвлеченных средств, что в основном означает использование прибыли на цели распределения прибавочного продукта между собственниками и работниками. Таким образом, увеличивается опасность того, что организация не сможет сохранить свои финансовые ресурсы на уровне, достаточном для восстановления потребленных основных и оборотных средств и укрепления финансовой базы. На

первый план выдвигаются тактические задачи, краткосрочные интересы организации. Возникает так называемая эрозия капитала («проедание» капитала), невозможность и неспособность организации накопить значительные денежные средства для инвестиций.

При высоких темпах инфляции степень искажения реального положения дел в финансовой отчетности организации велика. Финансовая отчетность перестает служить объективной основой для принятия правильных управленческих решений.

Все операции в бухгалтерском учете отражаются в фактической (исторической) оценке и не корректируются в связи с инфляцией, однако для целей анализа мировая практика выработала несколько подходов к оценке влияния инфляции на финансовые результаты:

- игнорирование инфляции в учете;
- представление показателей в твердой валюте и соответствующий их пересчет;
- представление показателей финансовой отчетности в денежных единицах одинаковой покупательной способности (так называемый учет в долларах постоянной покупательной способности, или Constant dollar accounting, CDA);
- изменение показателей финансовой отчетности на основе учета по текущей восстановительной стоимости (Current Value Accounting, CVA).

Первый подход основан на трактовке капитала как вложенных в фирму денежных средств (пассив баланса). При этом рассчитывается общий индекс цен, и все статьи финансовой отчетности пересчитываются в соответствии с его величиной (по каждому объекту историческая стоимость пересчитывается путем умножения на коэффициент, равный соотношению индекса цен года пересчета на индекс цен года приобретения объекта или проведения хозяйственной операции). При этом остатки по денежным статьям (касса, счета к получению, счета к оплате) не корректируются.

При втором подходе капитал организации рассматривается как совокупность материальных и нематериальных ценностей (актив баланса). Каждый вид актива переоценивается по текущей стоимости.

производителями в увязке с прогнозными отпускными ценами и себестоимостью.

По сравнимой продукции важен прогноз изменения уровня отпускных цен, себестоимости, качества продукции и ее структуры. За основу расчета берется базовая рентабельность, т.е. рентабельность продукции предшествующего года. Она корректируется с учетом экономических факторов, которые будут действовать в планируемом году.

Величина прибыли предприятия является управляемым параметром.

Управлять прибылью необходимо на всех стадиях производственно-коммерческого цикла, начиная от закупок сырья и материалов и кончая сбытом продукции. Эффективность управления прибылью возрастает в направлении, обратном движению производственно-технологического процесса.

Проблема оптимизации прибыли неоднозначна.

С одной стороны, прибыли должно быть как можно больше, потому что это финансовый результат, характеризующий достижение конечных целей бизнеса, повышение его инвестиционных возможностей и привлекательности.

С другой стороны, показывать в отчетах большую прибыль невыгодно, потому что возрастают налогооблагаемая база и сумма налога. Отсюда возникает проблема оптимизации прибыли.

2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «КУЗБАССКОНСЕРВМОЛОКО» ЗА 2012-2014 ГГ

2.1 Организационная структура организации

ООО «Кузбассконсервмолоко» - предприятие полного цикла по производству молочных консервов «Тяжин». Завод находится в посёлке городского типа Тяжинский, Тяжинского района Кемеровской области, ул. Кирова, 13.

Завод более полувека находится на рынке молочных консервов и имеет стабильные партнерские отношения по всей России. ООО «Кузбассконсервмолоко» полного цикла – контроль производства на всех этапах, постоянно обновляется ассортимент выпускаемой продукции. Предприятие

									Лист
									43
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

участвует в выставках и получает награды и медали, имеет знак качества «100 лучших товаров России».

Завод производит 1050 тонн продукции в месяц. В ассортиментный ряд входит: сгущённое с сахаром, сгущёнка, сгущёнка с какао, сливки, варёная сгущёнка. Вся продукция соответствует стандартам ГОСТ 53436 и ТУ. Молочные консервы изготавливаются в металлической консервной-пак и пэт-бутылке объёмом 1 литр. Производство сгущённого молока происходит под собственной торговой маркой «Тяжин».

Организационная структура направлена, прежде всего, на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями организации, распределения между ними прав и ответственности. В ней реализуются различные требования к совершенствованию систем управления, находящие выражения в тех или иных принципах управления. Схематично организационная структура управления представлена на рисунке 2.2.

Во главе всего организации стоит директор. Он решает самостоятельно все вопросы деятельности комбината, без особой на то доверенности действует от имени комбината, представляет его интересы во всех отечественных предприятиях, фирмах и организациях.

Также он распоряжается в пределах предоставленного ему права имуществом, заключает договора, в том числе по найму работников. Издаёт приказы и распоряжения, обязательные к исполнению всеми работниками организации.

									Лист
									44
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

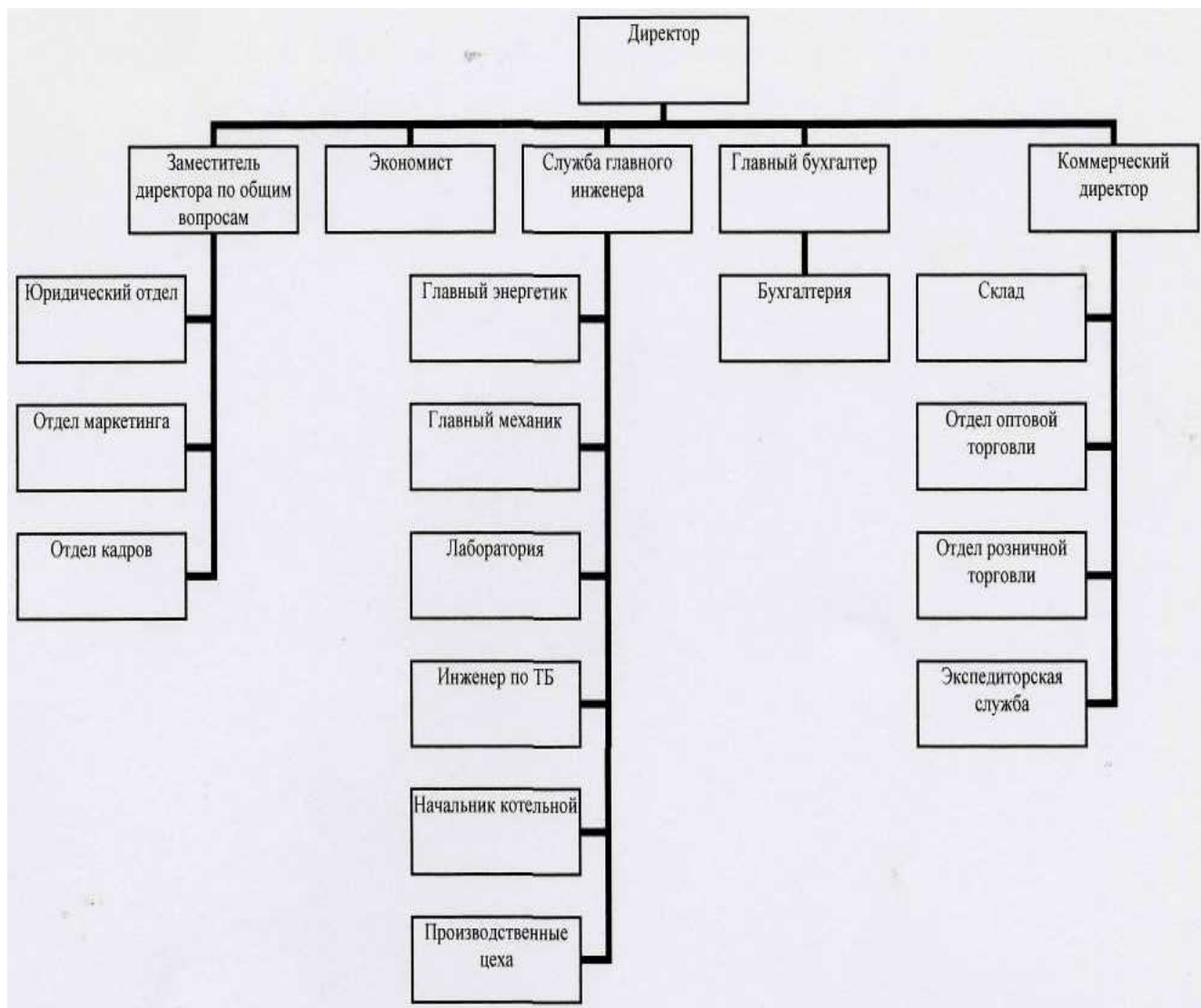


Рисунок 2.1 – Организационная структура управления

Директор несет в пределах своих полномочий полную ответственность за деятельность завода, обеспечение сохранности товарно-материальных ценностей, денежных средств и другого имущества предприятия. Выдает доверенности, открывает в банках счета, пользуется правом распоряжения средствами.

В подчинении директора находятся главный бухгалтер (заместитель гл.

бухгалтера, бухгалтера); кассир (отдел кадров); главный экономист (экономисты); главный инженер (инженер-технолог, инженер-механик, начальник котельной); начальник производственной лаборатории (зав. производства, зав. центрального склада).

Главный бухгалтер - осуществляет организацию бухгалтерского учета хозяйственно-финансовой деятельности предприятия и контроль за экономным использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Организует учет поступающих денежных средств, товарно-материальных ценностей и основных средств, учет издержек производства и обращения, выполнение работ, а также финансовых, расчетных и кредитных операций.

В подчинении у гл. бухгалтера находятся бухгалтера. Они выполняют работу по различным участкам бухгалтерского учета (учет основных средств, затрат на производство, реализации продукции, расчеты с поставщиками и заказчиками). Осуществляют прием и контроль первичной документации по соответствующим участкам учета и подготавливает их к счетной обработке. Отражает в бухгалтерском учете операции, связанные с движением денежных средств.

В подчинении бухгалтера находится отдел кадров. Начальник отдела кадров возглавляет работу по обеспечению предприятия кадрами рабочих и служащих требуемых профессий, специальностей и квалификации в соответствии с уровнем и профилем полученной ими подготовки и деловых качеств. Отдел кадров принимает трудящихся по вопросам найма, увольнения, перевода, контролирует расстановку и правильность использования работников в подразделениях предприятия. Обеспечивает прием на работу, размещение и расстановку молодых специалистов и молодых рабочих в соответствии с полученной в учебном заведении профессией и специальностью.

Также подчиненным у директора находится и главный экономист. Он осуществляет организацию и совершенствование экономической деятельности предприятия, направленной на повышение производительности труда, эффективности и рентабельности производства, качества выпускаемой продукции,

									Лист
									46
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

снижение ее себестоимости, обеспечение правильных соотношений темпов роста производительности труда и заработной платы, достижение наибольших результатов при наименьших затратах материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Проводит работу по совершенствованию планирования экономических показателей деятельности предприятия, достижению высокого уровня их обоснованности, по созданию и улучшению нормативной базы планирования.

Далее в подчинении директора стоит главный инженер. Он определяет техническую политику. Обеспечивает постоянное повышение уровня технической подготовки производства, его эффективности и сокращение материальных, финансовых и трудовых затрат на производство продукции, работ (услуг), высокое их качество. Обеспечивает эффективность проектных решений, своевременную и качественную подготовку производства, техническую эксплуатацию, ремонт и модернизацию оборудования, достижение высокого уровня качества продукции в процессе ее разработки и производства.

Гл. инженеру подчиняется инженер-технолог. Он организует разработку и внедрение прогрессивных, экономически обоснованных ресурсосберегающих технологических процессов и режимов производства выпускаемой предприятием продукции. Руководит составлением планов внедрения новой техники и технологии, повышения эффективности производства, организует контроль за обеспечением ею цехов. Руководит работой по организации и планировке новых цехов, их специализации, освоению новой техники, новых высокопроизводительных технологических процессов, выполнению расчетов производительных мощностей и загрузки оборудования.

Инженер-механик - обеспечивает бесперебойную и технически правильную эксплуатацию и надежную работу оборудования, содержание в работоспособном состоянии на требуемом уровне точности. Согласовывает планы (графики) с подрядными организациями, привлекаемыми для проведения ремонтов, своевременно обеспечивает их необходимой технической документацией, участвует в составлении титульных списков на капитальный ремонт. Организует межремонтное обслуживание, своевременный и качественный ремонт и

									Лист
									47
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

модернизацию оборудования, работу по повышению его надежности и долговечности, технический надзор за состоянием, содержанием, ремонтом зданий и сооружений, обеспечивает рациональное использование материалов на выполнение ремонтных работ.

Также в подчинении директора находится начальник производственной лаборатории. Он организует проведение химических анализов, обеспечивает лабораторный контроль соответствия качества сырья, материалов, полуфабрикатов и готовой продукции действующим стандартам и техническим условиям. Возглавляет работу по разработке новых и совершенствованию существующих методов лабораторного контроля и оказывает помощь в их внедрении в производство.

Заведующий складом - руководит работниками по приему, хранению и отпуску товарно-материальных ценностей на складе, по их размещению с учетом наиболее рационального использования складских помещений, облегчения и ускорения поиска необходимых материалов, инвентаря и т.п. Организует проведение погрузочно-разгрузочных работ на складе с соблюдением правил охраны труда, техники безопасности. Участвует в проведении инвентаризации товарно-материальных ценностей.

Заместитель директора по качеству продукции. Он организует проведение работ по контролю качества выпускаемой предприятием продукции, выполнение работ в соответствии с требованиями стандартов и технических условий, технической документацией, условий поставок и договоров, а также по укреплению производственной дисциплины, обеспечению высокого технического уровня и качества продукции.

2.2 Анализ основных показателей производственно-хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия

Себестоимость выпускаемой продукции является одним из важных объектов экономического анализа, т.к. ее показатели отражают степень использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, качество работы отдельных работников и руководства в целом.

Следовательно, для определения уровня себестоимости и изучения ее динамики необходимо провести анализ основных показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Результаты анализа позволят выбрать наиболее рациональные с экономической точки зрения направления повышения эффективности производства за счет лучшего использования средств производства и трудовых ресурсов, своевременности внедрения достижений научно-технического прогресса, совершенствования управления и организации производства. Кроме того, повышаются достоверность текущих и перспективных планов, контроль над выполнением плановых показателей.

Показатели деятельности предприятия формируются на основе данных бухгалтерской и статистической отчетности, оперативных данных.

Главными источниками для расчета показателей являются: форма №1 «Бухгалтерский баланс» и форма №2 «Отчет о прибылях и убытках».

Данные для анализа основных показателей производственно-хозяйственной деятельности ООО «Кузбассконсервмолоко» представлены в таблице 2.1.

Отдельные показатели переведены в сопоставимые цены к уровню цен 2014 года с помощью индексов для промышленного производства размещенных на официальном сайте Росстата.

$$I \text{ цен (2014/2013)} = 1,16$$

$$I \text{ цен (2014/2012)} = 1,31$$

Таблица 2.1 – Основные показатели производственно-хозяйственной деятельности организации за 2012-2014 гг.

Показатели	Ед. изм.	Значение, тыс. руб.			Отклонение, %		
		2012	2013	2014	2013/ 2012	2014/ 2013	2014/ 2012
1	2	3	4	5	6	7	8
1.Выручка от продажи продукции	тыс.руб.	139241	184268	244329	32%	33%	75%
то же в сопоставимых ценах	тыс.руб.	182406	213751	244329	17%	14%	34%
2.С/с продукции	тыс.руб.	107407	143816	197310	34%	37%	84%
то же в сопоставимых ценах	тыс.руб.	140703	166827	197310	19%	18%	40%
3.Коммерческие расходы	тыс.руб.	19643	28484	41229	45%	45%	110%
4.Управленческие расходы	тыс.руб.	0	0	0	0%	0%	0%
5.Прибыль(убыток) от продаж	тыс.руб.	12191	11968	5790	-2%	-52%	-53%
то же в сопоставимых ценах	тыс.руб.	15970	13883	5790	-13%	-58%	-64%
6.Рентабельность продукции по прибыли от продаж	%	11%	8%	3%	-27%	-65%	-74%
7.Чистая прибыль (убыток)	тыс.руб.	8504	4114	4602	-52%	12%	-46%
8.Среднеспис. числ-ть ППП	чел	273	288	271	5%	-6%	-1%
в т.ч. рабочих	чел.	223	234	210	5%	-10%	-6%
9.Выработка одного работника ППП	тыс.руб.	510,04	639,82	901,58	25%	41%	77%
10.Выработка одного рабочего	тыс.руб.	624,40	787,47	1163,47	26%	48%	86%
11.Фонд оплаты труда ППП	тыс.руб.	21457	27920	33257	30%	19%	55%
в т.ч.ФОТ рабочих	тыс.руб.	14328	20050	21864	40%	9%	53%
12.Среднемесячная з/плата одного работника ППП	руб.	16550	18079	20227	23%	27%	56%
13.Среднемесячная з/плата рабочего	руб.	15354	17140	18676	33%	22%	62%

14.Среднегодовая стоимость собственного капитала	тыс.руб.	20730	27039	31397	30%	16%	51%
--	----------	-------	-------	-------	-----	-----	-----

Продолжение таблицы 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8
15.Среднегодовая стоимость внеоборотных активов	тыс.руб.	23893	25222	35064	6%	39%	47%
16.Среднегодовая стоимость ОФ	тыс.руб.	32339	36511	45443	13%	24%	41%
17.Среднегодовая стоимость активной части ОФ	тыс.руб.	22170	24095	27771	9%	15%	25%
18.Среднегодовая стоимость оборотных средств	тыс.руб.	16337	19204	29766	18%	55%	82%
19.Фондоотдача основных фондов	руб./руб	4,31	5,05	5,38	17%	7%	25%
20.Фондоотдача активной части ОФ	руб.	6,28	7,65	8,80	22%	15%	40%
21.Фондовооруженность работника ППП	тыс.руб.	118,46	126,77	167,68	7%	32%	42%
22. Оборачиваемость оборотных средств	обороты	8,52	9,60	8,21	13%	-14%	-4%
23. Капиталоотдача	руб.	0,17	0,07	0,06	-58%	-17%	-65%
24.Рентабельность собств. капитала	%	41%	15%	15%	-63%	-4%	-64%
25.К-т независимости	-	0,52	0,61	0,48	18%	-20%	-6%
26.К-т обеспеченности собственными оборотными средствами	-	-0,19	0,09	-0,12	-149%	-230%	-36%
27.К-т текущей ликвидности	-	1,09	1,32	0,79	22%	-41%	-28%

В результате сравнительного анализа по технико-экономическим показателям видно, что за три года выручка от реализации продукции в сопоставимых ценах увеличилась на 34% и в 2014 году составила 244329 тыс. руб. В 2012 году выручка была равна 182406 тыс. руб. что на 17 % меньше чем в 2013

году.

Рост показателей объема выпуска и объема реализованной продукции положительно характеризуют работу предприятия.

Динамика себестоимости продукции в сопоставимых ценах за три года так же имеет тенденцию роста, что обусловлено наращиванием объема выпуска продукции. В общем, в 2014 году по сравнению с 2012 годом, себестоимость продукции увеличилась на 56607 тыс. руб. со 140703 тыс. руб. до 197310 тыс. руб., т.е. на 40%. На её увеличение повлияли такие факторы как увеличение материальных затрат, затрат на зарплату, амортизация основных средств, прочие затраты.

Динамику выручки от продаж в фактических и сопоставимых ценах можно увидеть на рисунке 2.2.

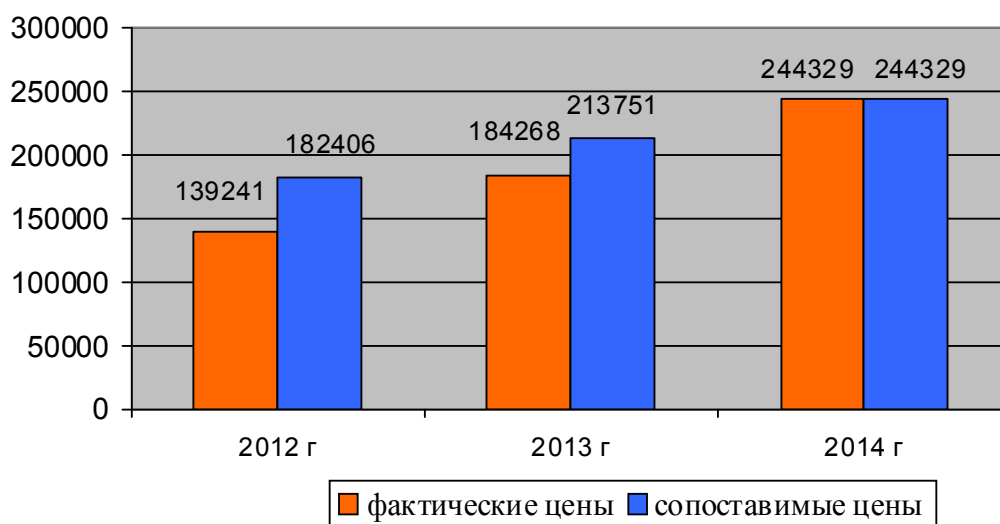


Рисунок 2.2 – Динамика выручки от продаж в фактических и сопоставимых ценах

Из таблицы 2.1 видно резкое увеличение коммерческих расходов. В период с 2012 года по 2013 год их сумма увеличилась на 45 % и составила 28484 тыс. руб., а в 2008 году произошло их увеличение еще на 45%. Таким образом к концу 2014 года коммерческие расходы составили 41229 тыс. руб., что на 21586 тыс. руб. больше чем в 2012 году.

Человеческие ресурсы предприятия являются главным ресурсом, от

качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность.

Как видно из таблицы 2.1., следствием изменения масштабов производства явилось неодинаковое изменение численности промышленно-производственного персонала. В 2013 году произошло увеличение численности ППП на 15 человек (5%), в том числе рабочих на 11 человек (5%). В 2014 году напротив, произошло сокращение производственно-промышленного персонала по сравнению с 2013 годом на 17 человек (6%) при том числе число рабочих снизилось на 24 человека (10%) Таким образом в конце 2014 года среднесписочная численность производственно-промышленного персонала составила 270 человек, в т.ч 210 рабочих.

Что касается структурного изменения, доля рабочих в 2013 году по отношению к 2012 году практически не изменилась и осталась на уровне 81%. В 2014 году произошло снижение доли рабочих в ППП на 4%. Достижение определенного результата в процессе производства может быть достигнуто с различной степенью эффективности труда. Основным показателем характеризующим степень эффективности труда является производительность труда (выработка)

При одновременном наращивании объема производства и практически неизменном уровне численности произошло увеличение выработки как одного работника ППП на 77% (с 540,04 тыс. руб. /чел. в 2012 году до 901,58 тыс. руб./чел. в 2014 году), так и выработки одного рабочего с 624,4 тыс. руб./чел. до 1163,47 тыс. руб./чел. за весь анализируемый период (рисунок 2.3).

									Лист
									53
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

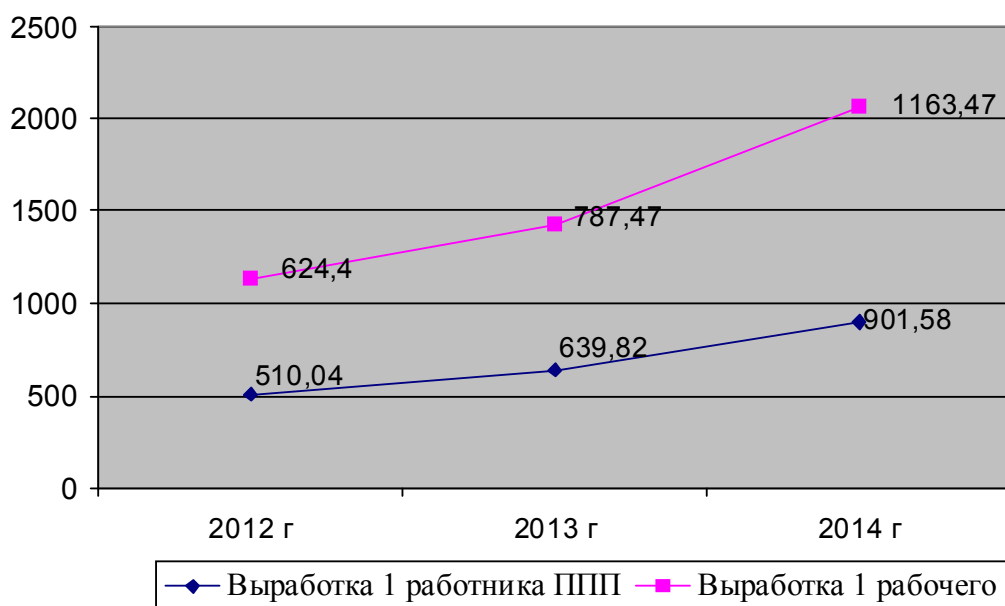


Рисунок 2.3 - Динамика показателей выработки

Что касается показателей оплаты труда, здесь так же наблюдается рост. Среднемесячная заработная плата работника ППП увеличилась в 2013 году по сравнению с 2012 годом на 23 % и составила 18079 руб. В 2014 году по отношению к 2013 году произошло увеличение еще на 27%.

Таким образом в 2014 году среднемесячная заработная плата одного работника ППП составила 20227 руб. Среднемесячная заработная плата рабочих увеличивается более быстрыми темпами (на 62% с 2012 года по 2014 год).

Изменение численности персонала может быть связано с увеличением основных производственных фондов. Предприятие ООО «Кузбассконсервмолоко» наращивает собственный капитал, расширяет свою материально-техническую базу, вводя в эксплуатацию новые основные средства, причем как активную, так и пассивную их часть.

Более подробный анализ динамики и структуры основных производственных фондов ООО «Кузбассконсервмолоко» в период с 2012 года по 2014 год можно увидеть в таблице 2.2 и на рисунке 2.4.

Таблица 2.2 – Анализ динамики и структуры ОПФ

Вид основных фондов					Значения				
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

	2012		2013		2014	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Здания	6134	17,9%	9181	23,7%	13607	26,1%
Сооружения	239	0,7%	239	0,6%	212	0,4%
Машины и оборудование	23065	67,1%	24504	63,4%	30244	57,9%
Транспортные средства	3966	11,5%	3773	9,8%	7188	13,8%
Производственный и хозяйственный инвентарь	302	0,9%	318	0,8%	476	0,9%
Земельные участки и объекты природопользования	632	1,8%	632	1,6%	475	0,9%
Другие виды основных фондов	18	0,1%	18	0,0%	18	0,0%
Активные основные фонды	23367	68,0%	24822	64,2%	30720	58,8%
Пассивные основные фонды	10989	32,0%	13843	35,8%	21500	41,2%
Всего основных фондов	34356	100,0%	38665	100,0%	52220	100,0%

Как видно из таблицы 2.2 общая сумма основных фондов увеличилась с 34356 тыс. руб. в 2012 году до 52220 тыс. руб. в 2014 году.

Основной частью являются активные основные фонды, на конец анализируемого периода они составляют 30720 тыс. руб. (58,8%) против 21500 тыс. руб. пассивной части основных фондов. Более чем в 2 раза увеличилась статья основных фондов «Здания». В 2012 году она составляла 6134 тыс. руб., а к концу 2014 года увеличилась до 13607 тыс. руб. Суммы по статьям «машины и оборудование» и «транспортные средства» так же увеличились на 7179 тыс. руб. и 3222 тыс. руб. соответственно.

В структуре основных фондов произошли следующие изменения: доля зданий увеличилась в 2013г. по сравнению 2012г. на 5,8% и составила 23,7% в общей сумме основных фондов. В 2014 г. по отношению к 2013г. доля зданий также увеличилась еще на 2,4%. Изменение доли сооружений за весь период было незначительным и составило минус 0,3%.

Несмотря на увеличение суммы, в 2014 году по сравнению с 2012 произошло сокращение доли машин и оборудования на 9,2% до уровня 57,9%. Наибольшее снижение наблюдалось в период с 2013 года по 2014 год - на 5,5%.

Доля транспортных средств в целом за весь период немного увеличилась с 11,5% до 13,8%.

Удельный вес производственного и хозяйственного инвентаря, а также доля земельных участков и объектов природопользования в период с 2012 года по 2014 год были незначительны.

Несмотря на увеличение суммы основных фондов по статье «Машины и оборудование» доля активной части за весь период снизилась на 9,2% и составила 58,8%. Соответственно, доля пассивной части основных фондов в 2014 году составила 41,2%. Следовательно, из-за снижения доли активной части основных фондов, можно говорить о ухудшении технической оснащенности предприятия в целом.

Фондоотдача – важнейший показатель эффективности использования основных фондов предприятия.

Фондоотдача - выпуск продукции, приходящийся на 1 рубль среднегодовой стоимости основных производственных фондов предприятия на протяжении всего анализируемого периода с 2012 года по 2014 год имела тенденцию к увеличению. В целом за анализируемый период произошло увеличение фондоотдачи с 4,31 руб./руб. до 5,38 руб./руб. (на 24,9%).

В большей степени на это повлияло увеличение фондоотдачи активной части основных фондов на 40%. Показатель фондоемкости, обратный показателю фондоотдачи в период с 2012 года по 2014 год снизился на 0,05 руб./руб. (на 20%).

Динамика показателей фондоотдачи основных фондов и их активной части представлена на рисунке 2.4.

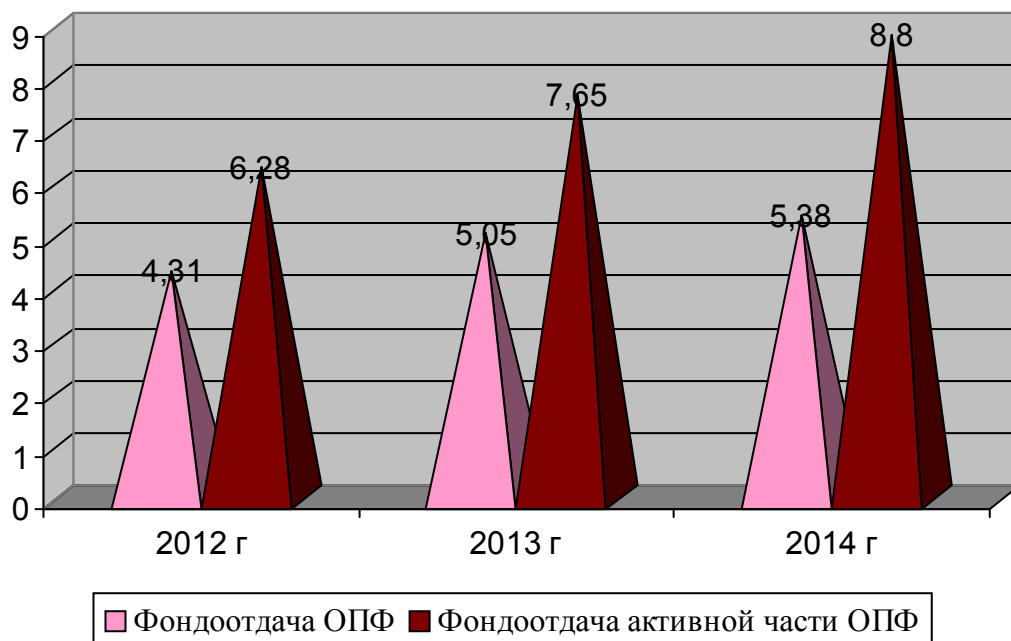
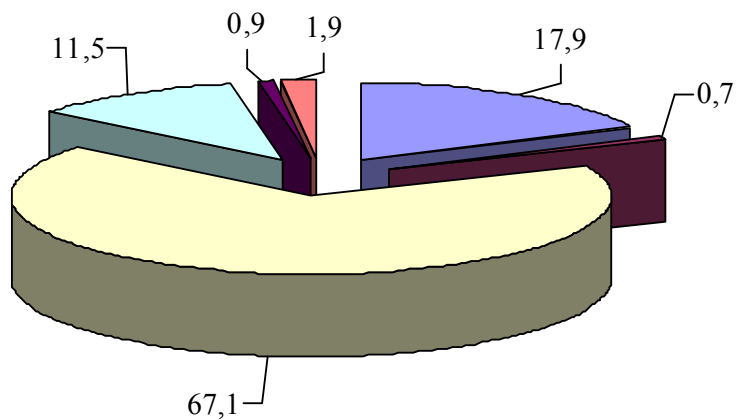
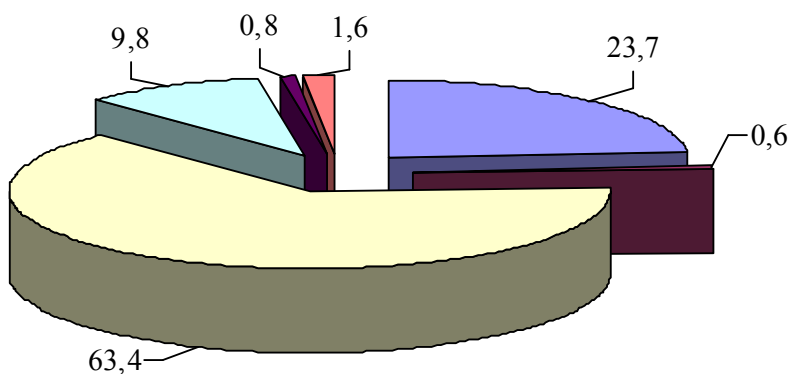


Рисунок 2.4 – Динамика показателей фондоотдачи основных фондов и их активной части

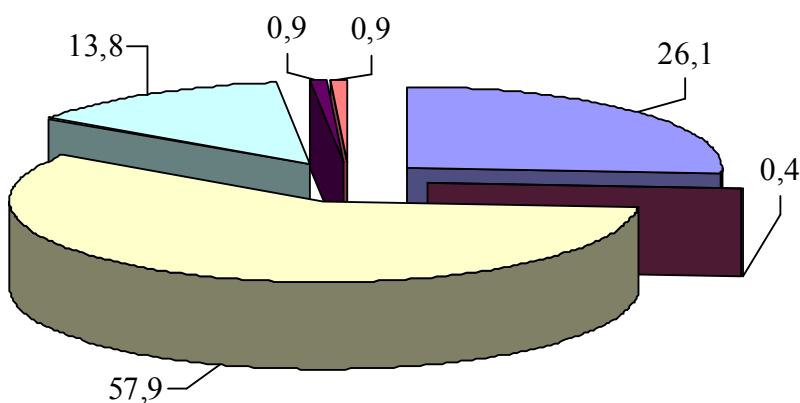
Фондовооруженность свидетельствует о том, что на среднесписочного рабочего приходится в 2012 году 94,68 тыс. руб. среднегодовой стоимости основных фондов, этот показатель вырос к 2013 году на 33,89% в результате значительного увеличения среднегодовой стоимости основных фондов по сравнению с ростом численности.



2012 год



2013 год



2014 год

Рисунок 2.5 – Изменение структуры основных производственных фондов

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата
------	------	----------	---------	------

2.3 Анализ основных финансовых показателей предприятия

Финансовое состояние предприятия (ФСП) зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. И наоборот, в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие — ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

Под финансовым состоянием понимается способность предприятия финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе свидетельствует о его хорошем финансовом состоянии.

Устойчивое финансовое положение в свою очередь оказывает положительное влияние на выполнение производственных планов и обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами. Поэтому финансовая деятельность как составная часть хозяйственной деятельности направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективного его использования.

Главная цель анализа - своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

									Лист
									59
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

Основной формой при анализе финансового состояния является форма №1 «Бухгалтерский баланс»

В таблице 2.3 приведены данные для анализа состава имущества.

Таблица 2.3 – Состав имущества ООО «Кузбассконсервмолоко»

Показатели	Значение, тыс. руб.			Отклонение, +/- тыс. руб.		
	2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013	2014/2012
Внеоборотные активы	24926	25517	44611	591	19094	19685
Основные средства	21635	22277	31884	642	9607	10249
НЗП	3021	2943	12221	-78	9278	9200
Оборотные активы	16062	22345	37187	6283	14842	21125
Запасы	6951	7141	8755	190	1614	1804
НДС	0	0	171	0	171	171
Дебиторская задолженность	6854	12694	17344	5840	4650	10490
КФВ	772	1420	10488	648	9068	9716
Денежные средства	1467	1072	411	-395	-661	-1056
Прочие оборотные активы	18	18	18	0	0	0
Всего имущества	40988	47862	81798	6874	33936	40810

В период с 2012 года по 2014 год наблюдается увеличение стоимости имущества на 99,6%, или на 40810 тыс. руб. Увеличение стоимости имущества обусловлено увеличением стоимости как оборотных активов на 21125 тыс. руб., так и внеоборотных активов на 19685 тыс. руб.

Основной причиной увеличения внеоборотных активов стал рост суммы основных средств на 10249 тыс. руб., а так же резкое увеличение суммы незавершенного производства с 3021 тыс. руб. до 12221 тыс. руб.

Основной причиной увеличения стоимости оборотных активов явилось увеличение дебиторской задолженности и КФВ. Так, стоимость дебиторской задолженности увеличилась на 10490 тыс. руб., что составляет 153%. Краткосрочные финансовые вложения повысились на 9716 тыс.руб. (1258%). Наиболее ликвидные активы (денежные средства) в 2014 году по сравнению с 2012 годом снизились и достигли уровня 411 тыс. руб., хотя в 2012 году этот показатель поднимался до 1467 тыс. руб.

В таблице 2.4. представлен анализ источников средств.

Таблица 2.4 – Динамика источников средств организации

Показатели	Значение			Отклонение, +/-		
	2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013	2014/2012
Всего источников средств	40988	47862	81798	6874	33936	40810
Собственный капитал	24982	29096	33698	4114	4602	8716
Заемный капитал	16006	18766	48100	2760	29334	32094
Долгосрочные обязательства	907	1639	615	732	-1024	-292
Краткосрочные займы	15099	17127	47485	2028	30358	32386
Кредиторская задолженность	11274	15689	15398	4415	-291	4124

На протяжении исследуемого периода стоимость увеличивается на 40810 тыс. руб. На её увеличение повлиял сильный рост заемного капитала 16006 тыс. руб. в 2012 году до 48100 тыс. руб. в 2014 году. Стоимость собственного капитала так же увеличилась на 8716 тыс. руб. В свою очередь заемный капитал увеличился в большей степени за счет краткосрочных займов. К концу 2014 года их сумма достигла 47485 тыс. руб. (т.е. 99% от всего заемного капитала)

Доля собственного и заемного капитала в имуществе предприятия представлена на рисунке 2.6.

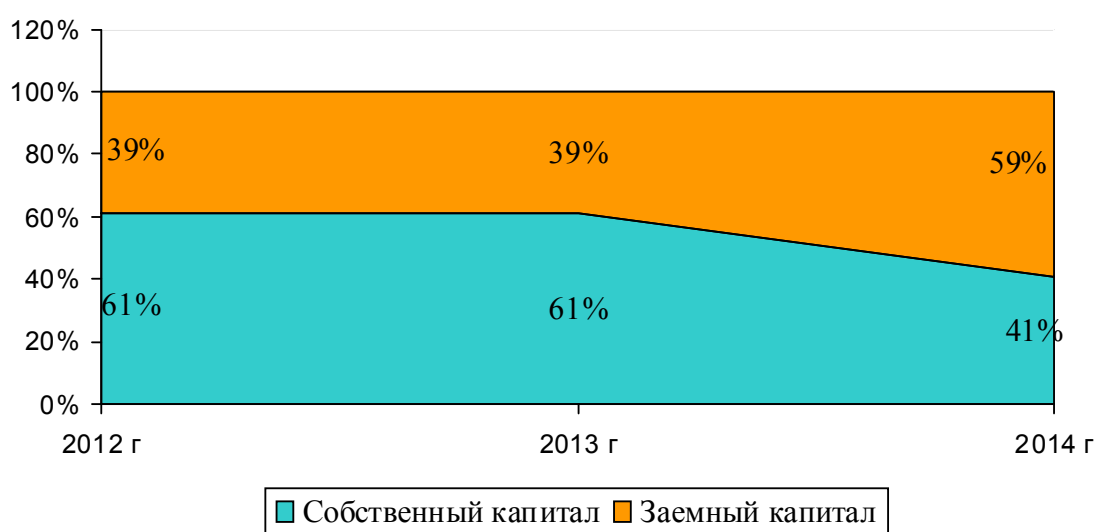


Рисунок 2.6 – Доля собственного и заемного капитала в имуществе предприятия

В 2012 году и 2013 году более половины имущества сформировано за счёт собственного капитала. В 2014 году это соотношение кардинально меняется и основную долю имущества ООО «Кузбассконсервмолоко» занимает заемный капитал. Таким образом, можно сказать, что к концу анализируемого периода предприятие зависимо от внешних источников средств и кредиторов.

Сумма кредиторской задолженности с 2012 года по 2014 год увеличилась на 4121 тыс. руб. и составила 15398 тыс. руб.

Динамику кредиторской и дебиторской задолженности ООО «Кузбассконсервмолоко» в период с 2012 года по 2014 год можно увидеть на рисунке 2.7.

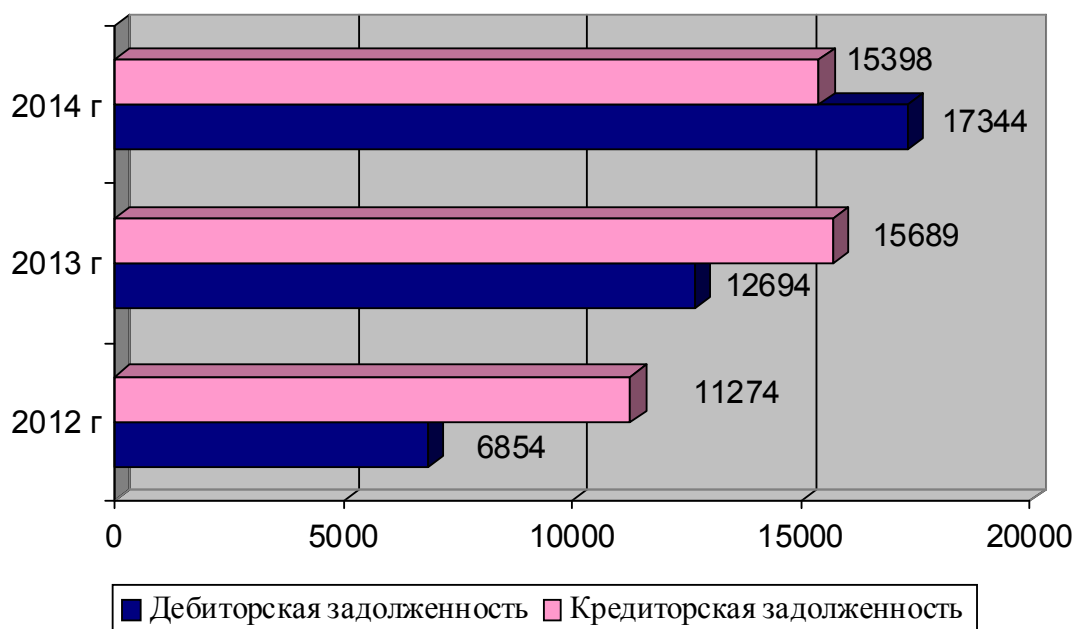


Рисунок 2.7 – Динамика дебиторской и кредиторской задолженности

Финансовая независимость предприятия от внешних источников финансирования характеризует его финансовую устойчивость.

Основные коэффициенты для анализа финансовой устойчивости предприятия представлены в таблице 2.5. На основании данных таблицы 2.5 можно сделать вывод, что в 2014 г сформировано за счёт собственных источников 41%

имущества, что на 20% меньше, чем в 2012 г. и в 2013 г.

Таблица 2.5.- Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатели	Значение, тыс. руб.			Отклонение, +/- тыс. руб.		
	2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013	2014/2012
Коэффициент независимости	0,609	0,608	0,412	-0,002	-0,196	-0,198
Коэффициент соотношения ЗК и СК (капитализации)	0,641	0,645	1,427	0,004	0,782	0,787
Коэффициент долгосрочного привлечения средств	0,632	0,642	0,419	0,011	-0,223	-0,212
Коэффициент маневренности СК	0,001	0,075	-0,133	0,073	-0,208	-0,135
Коэффициент обеспеченности СОС	0,003	0,160	-0,293	0,157	-0,454	-0,297
Коэффициент реальной стоимости ОПФ	0,528	0,465	0,390	-0,062	-0,076	-0,138

Коэффициент капитализации (соотношения заемного и собственного капитала) в 2014 г больше единицы и составляет 1,427 и это говорит о большем привлечении заёмных средств на 1 рубль собственного капитала. В общем, произошло увеличение этого показателя на 0,787. На протяжении всего анализируемого периода предприятие привлекало долгосрочные средства для покрытия своих обязательств, и, следовательно, коэффициент долгосрочного привлечения средств в 2012 году, 2013 году и 2014 году составляет 0,63, 0,64 и 0,42 соответственно. Это свидетельствует о том, что у предприятия есть возможности брать кредиты на большую сумму, есть способности возвращать их в срок, т.е. о доверии к нему в деловом мире. На основании расчетов коэффициента маневренности собственного капитала и коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами можно сделать вывод, что в 2014 году у предприятия нет собственных оборотных средств на покрытие активов. ООО «Кузбассконсервмолоко» зависит от заёмных источников средств при формировании своих оборотных активов.

Финансовое положение предприятия можно оценивать с точки зрения

краткосрочной и долгосрочной перспектив. В первом случае критерии оценки финансового положения — ликвидность и платежеспособность предприятия, т.е. способность своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам. Под ликвидностью какого-либо актива понимают способность его трансформироваться в денежные средства, а степень ликвидности определяется продолжительностью временного периода, в течение которого эта трансформация может быть осуществлена. Чем короче период, тем выше ликвидность данного вида активов.

Платежеспособность означает наличие у предприятия денежных средств и их эквивалентов, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения. Таким образом, основными признаками платежеспособности являются: а) наличие в достаточном объеме средств на расчетном счете; б) отсутствие просроченной кредиторской задолженности.

Приведем основные показатели, позволяющие оценить ликвидность и платежеспособность предприятия. Для оценки активы баланса делятся на 4 группы (в зависимости от их скорости превращения в денежные средства), и пассивы также делятся на 4 группы (в зависимости от срочности их оплаты). Группировка активов и пассивов представлена в таблице 2.6

Таблица 2.6 - Группировка актива и пассива баланса

Актив	2012	2013	2014	Пассив	2012	2013	2014
А1-наиболее ликвидные активы	2239	2492	10899	П1-наиболее срочные обязательства а	11274	15689	15398
А2-быстро реализуемые активы	6854	12694	17344	П2-краткосрочные пассивы	3508	1214	31950
А3-медленно реализуемые активы	6969	7159	8944	П3-долгосрочные пассивы	1224	1863	752
А4-трудно реализуемые активы	24926	25517	44611	П4-постоянные пассивы	24982	29096	33698

Баланс	40988	47862	81798	Баланс	40988	47862	81798
--------	-------	-------	-------	--------	-------	-------	-------

На основании данных таблицы 2.6 можно сделать вывод, что в динамике валюта баланса повышается. Происходит увеличение всех групп актива. Сопоставив актив и пассив, видно, что бухгалтерский баланс является не ликвидным, так как не соблюдаются три неравенства. В 2014 году только медленно реализуемые активы больше долгосрочных пассивов, т.е. $A3 > П3$.

Баланс ликвиден, если сохраняются следующие неравенства:

$$A1 > П1; A2 > П2; A3 > П3; A4 < П4$$

Для анализа ликвидности так же применяют расчет коэффициентов ликвидности.

Динамика коэффициентов ликвидности представлена на рисунке 2.7.

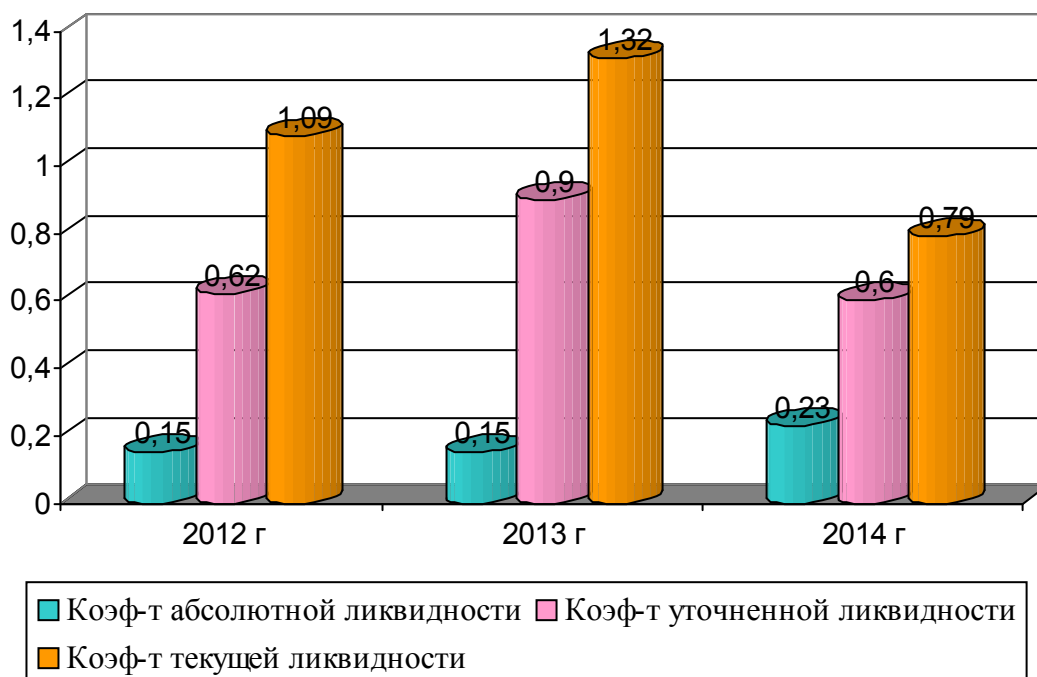


Рисунок 2.7 – Динамика коэффициентов ликвидности

Коэффициент текущей ликвидности. Дает общую оценку ликвидности активов, показывая, сколько рублей текущих активов приходится на один рубль текущих обязательств. Логика исчисления данного показателя заключается в том,

что предприятие погашает краткосрочные обязательства в основном за счет текущих активов; следовательно, если текущие активы превышают по величине текущие обязательства, предприятие может рассматриваться как успешно функционирующее. На ООО «Кузбассконсервмолоко» наблюдается снижение данного показателя в динамике, с 1,09 в 2012 году до 0,79 в 2014 году, что рассматривается как неблагоприятная тенденция. При этом коэффициент не достигает нормативного значения (в западной учетно-аналитической практике приводится нижнее критическое значение показателя – 2). Таким образом, можно сказать, что предприятие не располагает свободными ресурсами, сформированными за счет собственных источников.

Коэффициент уточненной (быстрой) ликвидности. Показатель аналогичен коэффициенту текущей ликвидности; однако исчисляется по более узкому кругу текущих активов. Из расчета исключается наименее ликвидная их часть - производственные запасы. Это обусловлено не только значительно меньшей ликвидности запасов, но, что гораздо более важно, тем, что денежные средства, которые можно выручить в случае вынужденной реализации производственных запасов, могут быть существенно ниже затрат по их приобретению.

Коэффициент уточненной ликвидности в 2013 году увеличился на 0,28, но к концу 2014 года этот показатель снизился на 0,3 и составил 0,6. Ориентировочное нижнее значение показателя – 1, таким образом нормативное значение данного коэффициента также не достигнуто.

Коэффициент абсолютной ликвидности (платежеспособности) является наиболее жестким критерием ликвидности предприятия и показывает, какая часть краткосрочных заемных обязательств может быть при необходимости погашена немедленно. Рекомендуемая нижняя граница показателя, приводимая в западной литературе, - 0,2. Как видно из рисунка, в 2012 году и в 2013 году данный коэффициент, также как и предыдущие, не достигает нормативного значения. Но в 2014 году он составлял 0,23 что выше нижнего уровня нормативного значения.

Оценив технико-экономические и финансовые показатели ООО «Кузбассконсервмолоко» нельзя не сказать о финансовых результатах

									Лист
									66
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

деятельности предприятия. Основным показателем анализа финансовых результатов является рентабельность. С помощью показателей рентабельности производят окончательную оценку эффективности работы предприятия в условиях переменных цен и инфляции. Основные показатели рентабельности представлены на рисунке 2.8.

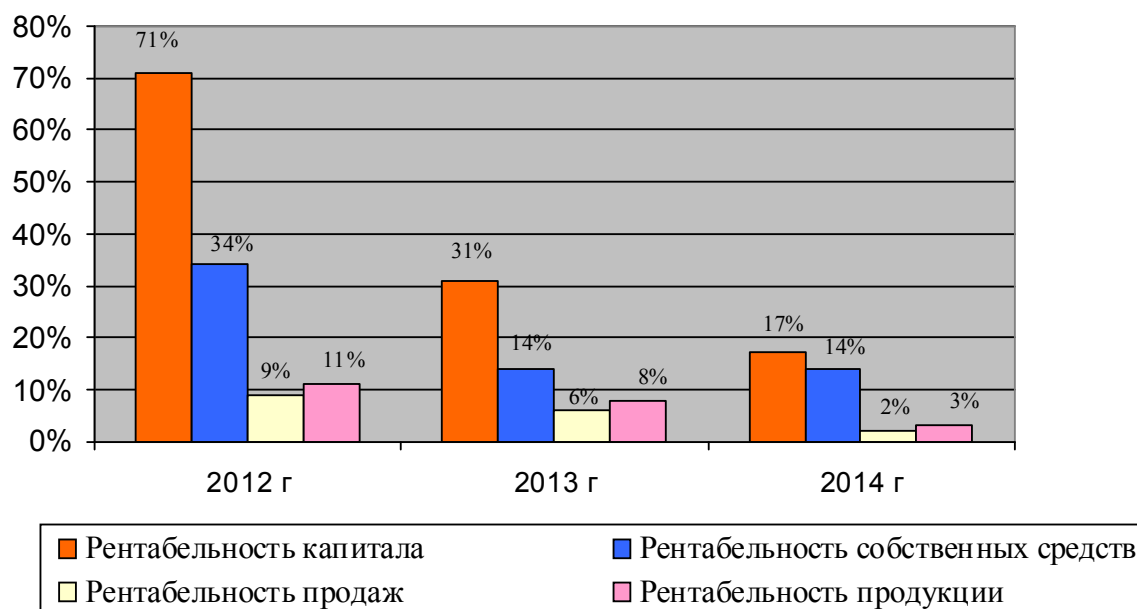


Рисунок 2.8 - Показатели рентабельности

ООО «Кузбассконсервмолоко»

Анализ данных показал, что эффективно предприятие работало в 2012 году. Все показатели рентабельности в этом году имеют наибольшие значения. В 2014 году они существенно снижаются. В 2014 году значительно снижается доля прибыли от продаж в выручке до 2 коп, в 2012 году этот показатель составлял 9 коп. В 2014 году сильно снизился коэффициент рентабельности капитала, который показывает сколько балансовой или чистой прибыли получено с 1 рубля стоимости имущества. Данный показатель составил 17 %, против 71% в 2012 году. Рентабельность продукции также имеет отрицательную тенденцию, что свидетельствует о снижении полученной прибыли на 1 рубль затрат.

3 АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «КУЗБАССКОНСЕРВМОЛОКО» И ПУТИ ИХ УЛУЧШЕНИЯ

3.1 Общая оценка динамики показателей прибыли

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия начинается с общей оценке динамики выполнения задания по прибыли. В процессе анализа используются различные показатели прибыли: прибыль до налогообложения, прибыль от продаж, результат от операционной и внереализационной деятельности, чистая прибыль.

В течении всего анализируемого периода предприятие является прибыльным. Выручка от продаж увеличивается с большими темпами роста, чем себестоимость продукции, это бесспорно положительный момент в деятельности предприятия. Анализируя динамику прибыли, можно сказать, что за весь период величина прибыли от продаж в фактических ценах снизилась на 53%. В 2014 году по сравнению с 2012 годом с 12191 тыс. руб. до 5790 тыс. руб. В сопоставимых ценах, приведенных к уровню цен 2014 года, наблюдается еще более резкое снижение прибыли с 15970 тыс. руб. в 2012 году до 5790 в 2014 году. Таким образом, за весь анализируемый период произошло снижение прибыли от продаж на 10180 тыс. руб.

Величина чистой прибыли также имеет тенденцию снижения. В 2013 году она снизилась на 4390 тыс. руб. или на 52% по сравнению с 2012 годом, а вот в 2014 году наблюдается незначительное увеличение прибыли на 488 тыс. руб. (12%). На снижение величины чистой прибыли в большей степени повлияло увеличение коммерческих расходов на 110%, как уже было отмечено выше.

По данным «Отчета о прибылях и убытках» прибыль до налогообложения снижается. В 2013 году она составила 6937 тыс. руб., что на 4515 тыс. руб. меньше чем в 2012 году, а в 2014 году, данный показатель снизился еще на 555 тыс. руб. и составил 6382 тыс. руб. Таким образом общее снижение показателя составило 44%. Параллельно с этим произошло резкое увеличение и прочих доходов и прочих расходов на 191 % и 127% соответственно. К концу 2014 года прочие доходы составили 8850 тыс. руб., против 1025 тыс. руб. в 2013 года. Величина прочих

									Лист
									68
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

расходов достигла 8587 тыс. руб., что на 4810 тыс. руб. больше чем в 2012 году. Это изменение безусловно повлияло на величину чистой прибыли предприятия.

Управленческих расходов на протяжении всего анализируемого периода предприятие не имело.

Таким образом наиболее прибыльным предприятие было в 2012 году. Следовательно, можно сделать вывод, что эффективность деятельности предприятия снижается из-за ограниченности финансовых ресурсов.

Динамика показателей прибыли ООО «Кузбассконсервмолоко» в фактических ценах представлена на рисунке 3.1.

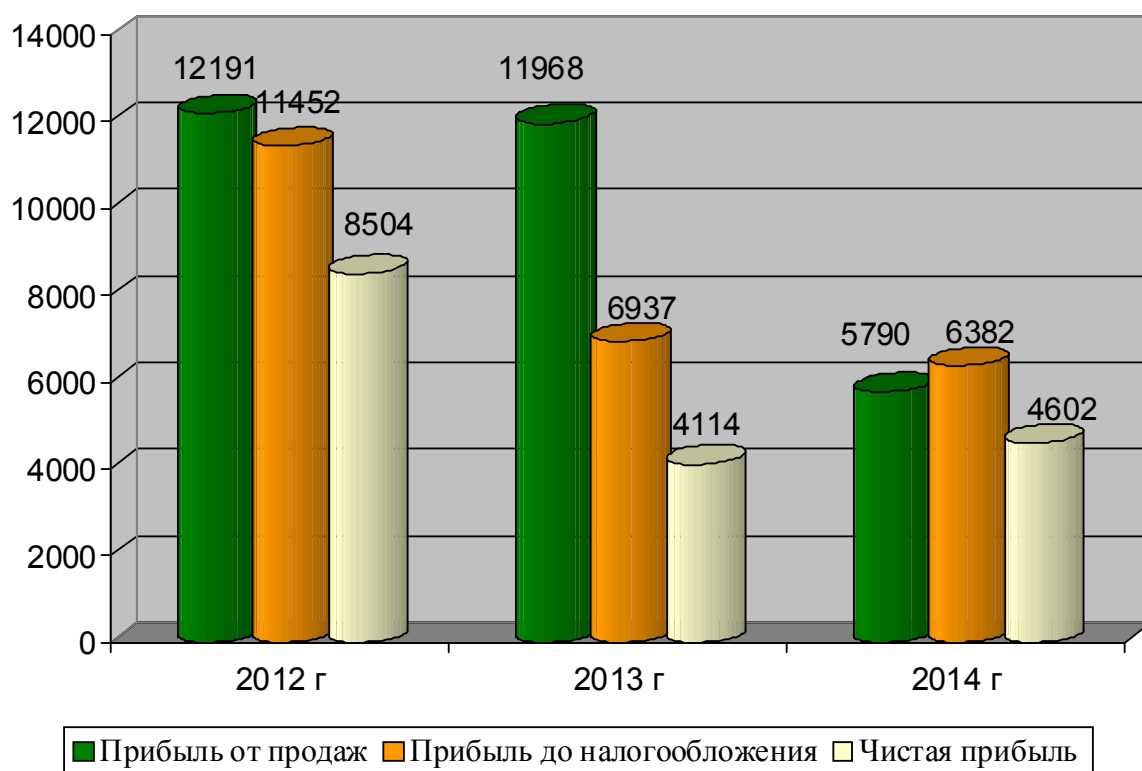


Рисунок 3.1 – Динамика показателей прибыли предприятия в фактических ценах.

В анализе используют следующие показатели прибыли: прибыль до налогообложения, прибыль от продаж, результат от операционной и внереализационной деятельности, чистая прибыль. В таблице 3.1 приведены данные для анализа основанные на приложение №2 к балансу «Отчет о прибылях

и убытках». В течении всего анализируемого периода предприятие является прибыльным. Выручка от продаж увеличивается с большими темпами роста чем себестоимость продукции, это бесспорно положительный момент в деятельности предприятия.

Таблица 3.1 - Анализ динамики показателей прибыли

Показатели	Значение			Отклонение, +/-		
	2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013	2014/2012
ВЫРУЧКА от продажи товаров	139241	184268	244329	45027	60061	105088
СЕБЕСТОИМОСТЬ поданных товаров	107407	143816	197310	36409	53494	89903
Валовая прибыль	31834	40452	47019	8618	6567	15185
Коммерческие расходы	19643	28484	41229	8841	12745	21586
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ	12191	11968	5790	-223	-6178	-6401
Прочие доходы	3038	1025	8850	-2013	7825	5812
Прочие расходы	3777	6195	8587	2418	2392	4810
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	11452	6937	6382	-4515	-555	-5070
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТЧЕТНОГО ПЕРИОДА	8504	4114	4602	-4390	488	-3902

Основной причиной снижения показателя прибыли от продаж является рост коммерческих расходов. За весь анализируемый период они увеличилась с 19643 тыс. руб. в 2012 году до 41229 тыс. руб. в 2014 году. Прибыль до налогообложения так же снижается и к концу 2014 года составляет 6382 тыс. руб., что на 5070 тыс. руб. меньше чем в 2012 году. Величина чистой прибыли в 2012 году составляла 8504 тыс. руб. За весь анализируемый период этот показатель снизился на 3902 тыс. руб. и составил 4602 тыс. руб. Несмотря на снижение показателей, предприятие все равно на протяжении всего анализируемого периода является прибыльным. В 2012 году получена прибыль, которая выше, чем в последующих годах. Эффективность деятельности предприятия снижается из-за ограниченности финансовых ресурсов.

3.2 Анализ динамики основных показателей рентабельности организации

Рентабельность в отличие от прибыли предприятия, показывающей эффект предпринимательской деятельности, характеризует эффективность этой деятельности. Рентабельность - относительная величина, выражающая прибыльность (доходность) предприятия.

Показатели рентабельности используются в процессе анализа финансово-хозяйственной деятельности, принятия управленческих решений, решений потенциальных инвесторов об участии в финансировании инвестиционных проектов.

В рыночной экономике существует система показателей рентабельности.

Рентабельность производственной деятельности (P1) определяется путем процентного соотношения валовой прибыли и затрат на производство и реализацию продукции (себестоимость).

Рентабельность продукции можно рассчитать как по всей реализованной продукции, так и по отдельным ее видам.

Рентабельность всей реализованной продукции (P2 – P4) можно определить как:

- процентное отношение прибыли от реализации продукции к затратам на ее производство и реализацию;
- процентное отношение прибыли от реализации продукции к выручке от реализованной продукции (экономическая рентабельность)
- отношение чистой прибыли к выручке от реализации продукции.

Эти показатели дают представление об эффективности текущих затрат предприятия и степени доходности реализуемой продукции.

Рентабельность отдельных видов продукции зависит от цены и полной себестоимости. Она определяется как процентное отношение цены реализации единицы данной продукции за вычетом ее полной себестоимости к полной себестоимости единицы данной продукции.

Рентабельность имущества (активов) предприятия (P5) рассчитывается как процентное соотношение чистой прибыли к средней величине активов

(имущества).

Рентабельность внеоборотных средств (P6) определяется как процентное соотношение чистой прибыли к средней величине внеоборотных активов.

Рентабельность оборотных активов (P7) определяется как процентное отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости оборотных активов.

Рентабельность инвестиций (P8) определяется как процентное отношение валовой прибыли к стоимости имущества предприятия.

Рентабельность собственного капитала (P9) рассчитывается как процентное отношение чистой прибыли к величине собственного капитала.

Рентабельность основных производственных фондов (P10) рассчитывается как отношение прибыли до налогообложения к сумме основных производственных фондов и запасов предприятия.

Повышение рентабельности может быть достигнуто как посредством увеличения суммы прибыли, так и путем снижения стоимости производственных фондов. Невыполнение плана прибыли и увеличение производственных фондов может привести к снижению уровня рентабельности. Поскольку рентабельность - показатель относительный, его рост или снижение возможны и при различном соотношении темпов изменения прибыли и фондов.

Анализ общей рентабельности имеет большое значение для комплексной характеристики работы с точки зрения эффективности использования всего производственного потенциала, находящего в распоряжении производственного предприятия.

Одним из синтетических показателей экономической деятельности предприятия в целом является экономическая рентабельность (P2). Это самый мощный показатель, отвечающий на вопрос, сколько прибыли организация получает в расчете на 1 руб. своего имущества. От его уровня, в частности, зависит размер дивидендов на акции в акционерных обществах.

В этом показателе результат текущей деятельности предприятия анализируемого периода (прибыль) сопоставляется с имеющимися у организации основными и оборотными средствами (активами), с помощью которых организация

будет получать прибыль и в последующие периоды деятельности. Прибыль же является, главным результатом от продажи продукции (работ, услуг).

Выручка от продаж – показатель напрямую связанный со стоимостью активов: он складывается из натурального объема и цен продажи, а натуральный (количественный) объем производства и продажи определяется стоимостью имущества.

Можно сказать, что рентабельность активов – показатель, производный от выручки, Рентабельность активов может повышаться при неизменной рентабельности продаж и росте объема реализации, опережающем увеличение стоимости активов (ресурсоотдачи). И, наоборот, при неизменной ресурсоотдаче может расти и за счет роста бухгалтерской (до налогообложения) рентабельности.

Рентабельность продаж можно наращивать путем повышения цен или снижения затрат. Однако эти способы временные и недостаточно надежны в нынешних условиях функционирования хозяйствующих субъектов. Наиболее последовательная политика организации, отвечающая целям укрепления финансового состояния, состоит в том, чтобы увеличивать производство и реализацию той продукции, необходимость которой определена путем изучения рыночной конъюнктуры.

Показатель рентабельности собственного капитала позволяет установить зависимость между величиной инвестируемых собственных ресурсов и размером прибыли, полученной от их использования.

Источниками информации для расчета различных показателей рентабельности являются показатели финансовых результатов деятельности предприятия отраженные в форме №1 «Бухгалтерский баланс» и в форме №2 «Отчет о прибылях и убытках» за 2012-2014 годы.

Основные данные для расчета показателей рентабельности представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Основные показатели деятельности организации

Показатели	2012	2013	2014	Отклонение, +/-
------------	------	------	------	-----------------

				2013/ 2012	2014/ 2013	2014/ 2012
Выручка от реализации	139241	184268	244329	45027	60061	105088
Себестоимость	107407	143816	197310	36409	53494	89903
Валовая прибыль	31834	40452	47019	8618	6567	15185
Прибыль от продаж	12191	11968	5790	-223	-6178	-6401
Прибыль до налогообложения	11452	6937	6382	-4515	-555	-5070
Чистая прибыль	8504	4114	4602	-4390	488	-3902
Стоимость имущества на конец периода	40988	47862	81798	6874	33936	40810
Среднегодовая стоимость имущества	40229,5	44425	64830	4195,5	20405	24600,5
Среднегодовая стоимость внеоборотных активов	23893	25221,5	35064	1328,5	9842,5	11171
Среднегодовая стоимость оборотных средств	16336,5	19203,5	29766	2867	10562,5	13429,5
Среднегодовая стоимость собственного капитала	20730	27039	31397	6309	4358	10667
Среднегодовая стоимость ОПФ	32339	36511	45443	4172	8932	13104
Среднегодовая стоимость запасов	7103,5	7046	7948	-57,5	902	844,5

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных уровней направлений деятельности (производственной, коммерческой, инвестиционной и т.д.). Они более полно, чем прибыль, отражают окончательные результаты хозяйствования, т.к. их величина показывает соотношение эффекта с наличными и потребленными ресурсами. Показатели рентабельности используют, как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

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.

Проведем расчет показателей рентабельности предприятия ООО «Кузбассконсервмолоко», отражающих эффективность финансово-хозяйственной деятельности.

Рассмотрим показатель рентабельности производственной деятельности.

Прибыль образуется как разность между доходами и затратами, что обуславливает правомерность использования в анализе показателя рентабельности, исчисляемого как отношение полученной прибыли к затратам предприятия.

Динамика рентабельности производственной деятельности (P1) представлена на рисунке 3.2.

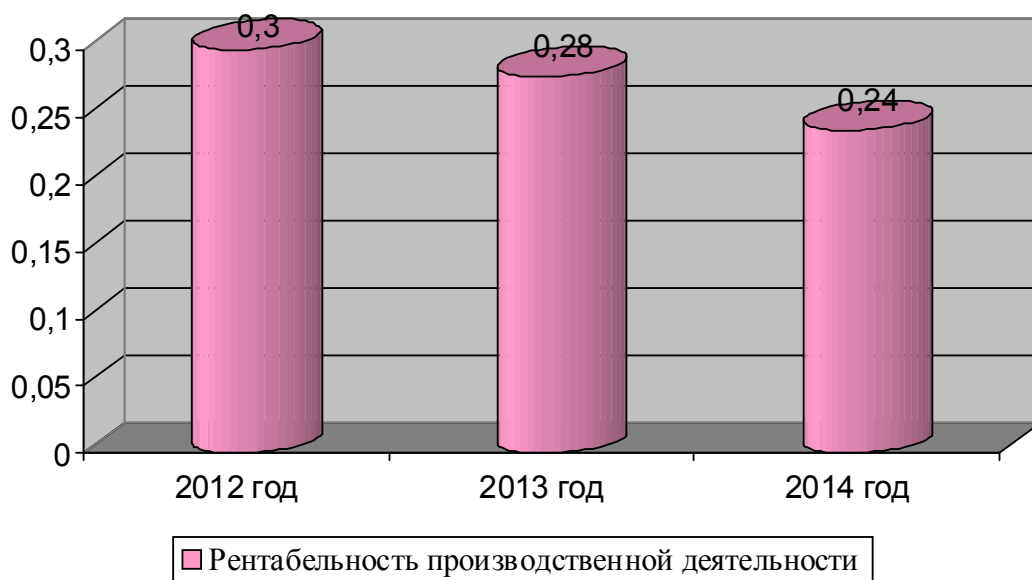


Рисунок 3.2 – Динамика рентабельности производственной деятельности

Как видно из рисунка 3.2 рентабельность производственной деятельности снижается с 0,3 в 2012 году до 0,28 в 2013 году. В 2014 году происходит еще более существенное снижение до уровня 0,24, что обусловлено увеличением себестоимости продукции. Это говорит о том, что предприятию стало менее прибыльно заниматься своей основной деятельностью: хлебопечением. Отсюда можно сделать вывод, что руководству предприятия как можно скорее надо прекратить нерентабельные сферы деятельности и сконцентрировать все свои силы на максимизации прибыли от основной деятельности.

В условиях рыночных отношений велика роль показателей рентабельности продукции, характеризующих уровень прибыльности (убыточности) её производства. Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности

предприятия. Они характеризуют относительную доходность предприятия, измеряемую в процентах к затратам средств или капитала с различных позиций.

На основании рассчитанных показателей, указанных в таблице 3.3, рассмотрим результативность и экономическую целесообразность деятельности предприятия.

Расчёт данных показателей рентабельности реализованной продукции (продаж) ООО «Кузбассконсервмолоко» представлен в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Показатели рентабельности реализованной продукции

Показатели	2012	2013	2014	Отклонение, +/-		
				2013/ 2012	2014/ 2013	2014/ 2012
Рентабельность продукции по прибыли от продаж (P2)	0,11	0,08	0,03	-0,03	-0,05	-0,08
Рентабельность продаж (P3)	0,09	0,06	0,02	-0,02	-0,04	-0,06
Рентабельность продаж по чистой прибыли (P4)	0,06	0,02	0,02	-0,04	0,00	-0,04

По данным таблицы 3,3 можно сказать, что рентабельность реализованной продукции, так же как и рентабельность производственной деятельности имеет отрицательную тенденцию на протяжении всего анализируемого периода. В 2013 году, по сравнению с 2012 годом, рентабельность продукции по прибыли от продаж сократилась с 0,11 до 0,08%. Это обусловлено тем, что увеличение себестоимости идет с большим темпом роста, чем увеличение выручки от продаж и соответственно прибыли от продаж которая в свою очередь с 2012 года по 2014 год снижается на 6401 тыс. руб. и достигает уровня 5790 тыс. руб.

Аналогичная ситуация складывается и в отношении рентабельности продаж и рентабельности продаж по чистой прибыли. Здесь также наблюдается снижение с 0,09 до 0,02 и с 0,06 до 0,02 соответственно. Это означает, что менеджеры и экономические службы предприятия неэффективно работают в области маркетинга: продвижения своих товаров, рекламной деятельности и так далее.

Таким образом, данные рентабельности продаж свидетельствуют, что ООО «Кузбассконсервмолоко» имело максимальный размер отдачи от каждой денежной единицы товарооборота только в 2012 году. Спрос на товары, предлагаемые предприятием в 2013 году и в 2014 году снизился. Более наглядно изменение вышеперечисленных показателей показано на рисунке 3.3.

Промежуточные показатели расходов по сравнению с соответствующими им показателями доходов, формирующие различные виды прибыли увеличиваются быстрее, что естественно сказалось на показателях рентабельности на протяжении всего анализируемого периода.

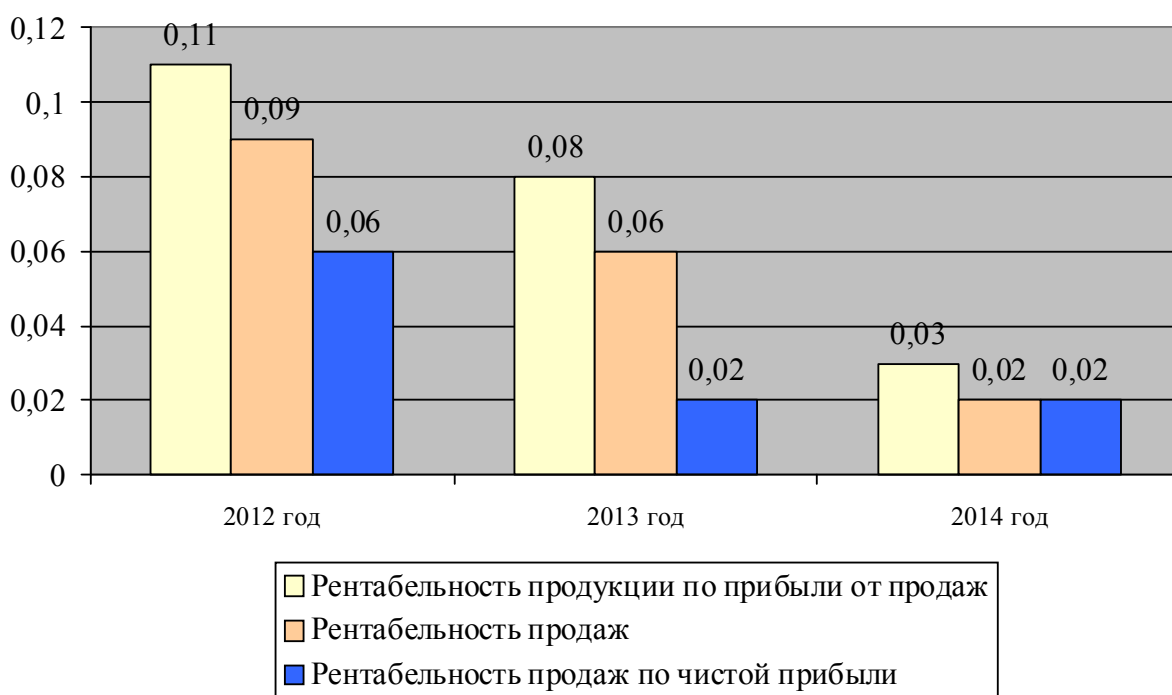


Рисунок 3.3 - Изменение показателей рентабельности реализованной продукции

Как видно из рисунка 3.3 все показатели рентабельности реализованной продукции в 2008 году остаются на очень низком уровне.

Рентабельность вложений предприятия - это следующий вид различных показателей рентабельности, которые характеризуют эффективность использования всего имущества ООО «Кузбассконсервмолоко». Основные показатели рентабельности вложений предприятия представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Показатели рентабельности вложений предприятия

Показатели	2012	2013	2014	Отклонение, +/-		
				2013/ 2012	2014/ 2013	2014/ 2012
Рентабельность имущества (P5),	0,21	0,09	0,07	-0,12	-0,02	-0,14
Рентабельность внеоборотных активов (P6)	0,36	0,16	0,13	-0,19	-0,03	-0,22
Рентабельность оборотных активов (P7)	0,52	0,21	0,15	-0,31	-0,06	-0,37
Рентабельность инвестиций (P8)	0,78	0,85	0,57	0,07	-0,27	-0,20
Рентабельность собственного капитала (P9)	0,41	0,15	0,15	-0,26	-0,01	-0,26
Рентабельность основных производственных фондов (P10)	0,29	0,16	0,12	-0,13	-0,04	-0,17

Проанализировав данные приведенные в таблице, можно сказать, что рентабельность имущества, показывающая какая часть чистой прибыли приходится на 1 руб. среднегодовой стоимости имущества предприятия, то есть насколько эффективно оно используется, с каждым годом уменьшается. Наибольшее значение 0,21 этот показатель имел в 2012 году. К концу анализируемого периода, т.е. в 2014 году он снизился на 0,14 и составил 0,07.

Таким образом, можно сказать о неэффективном использовании имущества ООО «Кузбассконсервмолоко».

Рентабельность внеоборотных активов и оборотных активов также снижаются на 0,22 и 0,37 соответственно (рисунок 3.4). В 2014 году рентабельность внеоборотных активов составляет 0,13 против 0,36 в 2012 году.

Рентабельность оборотных активов снижается с 0,52 в 2012 году до уровня 0,15 в 2014 году. Это так же говорит о неэффективности использования ресурсов предприятия на протяжении 2013 года и 2014 году.

Показатель рентабельности инвестиций, который определяет, какая часть валовой прибыли приходится на величину имущества предприятия, изменяется не одинаково. В период с 2012 года по 2013 он увеличивается с 0,78 до 0,85 это является положительным моментом в деятельности предприятия. Однако в период

с 2013 года по 2014 года происходит резкое снижение этого показателя на 0,27. Таким образом, в 2014 году рентабельность инвестиций составила 0,57. Несмотря на снижение, этот показатель имеет достаточно высокое значение.

С точки зрения собственников предприятия основным показателем является отношение чистой прибыли к собственному капиталу. Показатель рентабельности собственного капитала так же представлен в таблице 3.4 и на рисунке 3.4.

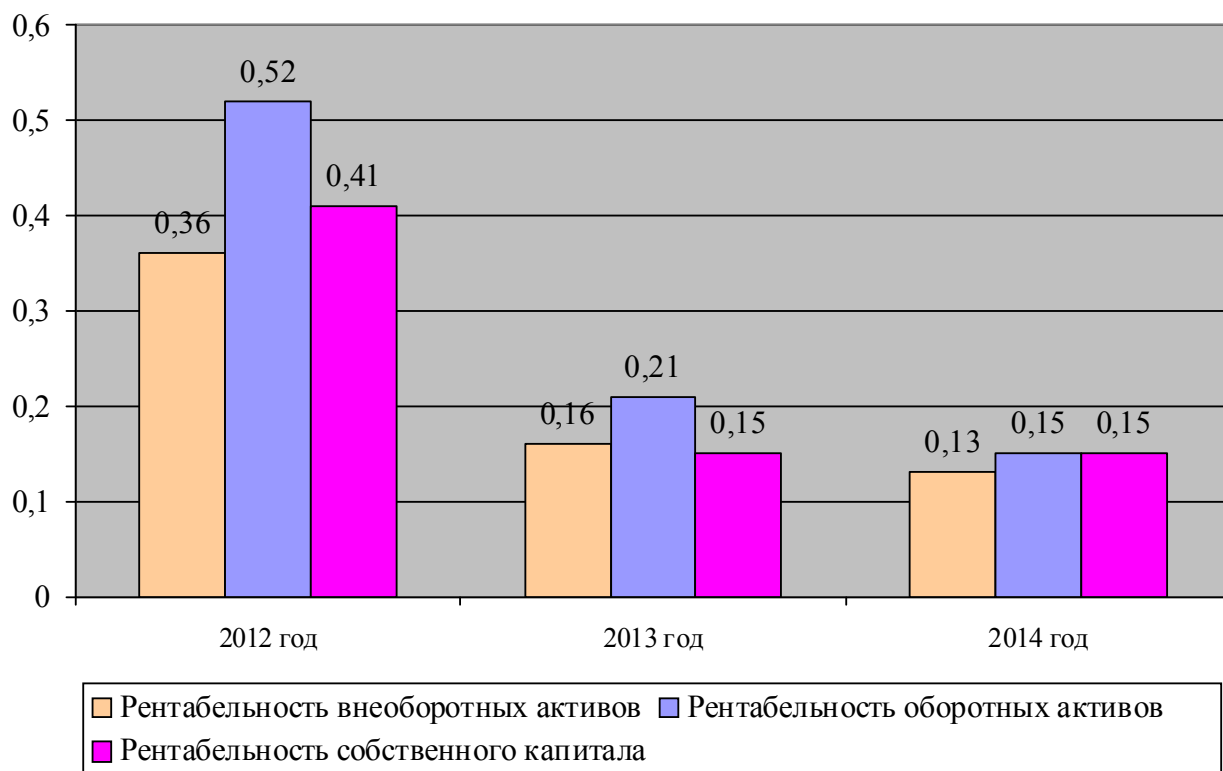


Рисунок 3.4 – Динамика показателей рентабельности вложений предприятия

Рентабельность собственного капитала в 2012 году на 0,26 больше чем в 2013 году и в 2014 году. Это свидетельствует о том, что идет очень неэффективное использование собственного капитала, так как при значительном увеличении собственного капитала на 10667 тыс. руб. величина чистой прибыли снизилась на 3902 тыс. рублей.

Снижение рентабельности собственного капитала говорит о том, что на

предприятия существуют излишние, не используемые активы. Это является отрицательным моментом в деятельности ООО «Кузбассконсервмолоко». Следовательно, что у предприятия к концу анализируемого периода собственных средств меньше, чем заемных.

Основные производственные фонды предприятия также используются не эффективно. Об этом свидетельствует снижение показателя рентабельности основных производственных фондов. Если в 2012 году коэффициент был равен 0,29, то к концу 2014 года он снизился на 0,17 и составил 0,12. Это так же объясняется резким снижением прибыли до налогообложения, при одновременном наращивании основных фондов и увеличении суммы запасов на предприятии.

Исходя из сказанного, можно сделать вывод, что в 2014 году деятельность предприятия была наименее эффективна по сравнению с предыдущими годами, в особенности по сравнению с показателями 2012 года.

Наиболее существенно понизились такие показатели как рентабельность продукции по прибыли от продаж, рентабельность внеоборотных и оборотных активов, собственного капитала. Руководству предприятия следует принять меры по недопущению дальнейшего ухудшения финансового состояния и выработать мероприятия по более рациональному управлению капиталом предприятия с целью повышения эффективности финансово-экономической деятельности.

Так как основным видом деятельности предприятия является производство хлебобулочных и кондитерских изделий, требующих достаточно высоких затрат всех видов ресурсов и оснащенности дорогостоящим оборудованием и технологиями, следует считать, что достигнутые показатели рентабельности для предприятия являются очень низкими. Отрицательная динамика показателей в период с 2012 года по 2014 год, не должна оставаться без внимания менеджмента и собственников предприятия, являясь одновременно источником изыскания резервов для повышения эффективности работы организации.

3.3 Анализ влияния факторов на рентабельность продаж

									Лист
									80
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

организации

Рентабельность продаж и отдельного вида продукции подвержена влиянию факторов, поэтому изменяя эти факторы, предприятие может управлять рентабельностью продукции.

Рентабельность производственной деятельности (окупаемости затрат), зависит таких факторов, как выручки от реализации продукции, ее себестоимости, коммерческих и управленческих расходов.

Таким образом, характеристика показателей прибыльности предприятия будет неполной без анализа влияния различных факторов на рентабельность продаж.

Факторный анализ рентабельности продаж, учитывая, что он является одним из важнейших показателей, проводится на основании формы №2 «Отчет о прибылях и убытках» ООО «Кузбассконсервмолоко» за период с 2012 года по 2014 год. Рентабельность продаж (P3) – это соотношение суммы прибыли от реализации к объему реализованной продукции:

$$P2 = \{(V - C - KP - UP) / V\} * 100 \% = (\text{Прибыль от продаж} / V) * 100 \%, \quad (3.1)$$

где С – себестоимость;

KP – коммерческие расходы;

UP – управленческие расходы.

V – выручка от реализации

Учитывая, что управленческие расходы на протяжении всего анализируемого периода были равны нулю, соответственно влияние этого фактора изначально исключим из анализа.

Исходные данные для проведения факторного анализа рентабельности продаж представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Данные для факторного анализа рентабельности продаж

						Лист
						81
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

№ п/п	Наименование показателя	Базисный период	Отчетный период	Отклонение
				+/-
2012– 2013 годы				
1	Выручка-нетто	139241	184268	45027
2	Себестоимость продаж	107407	143816	36409
3	Коммерческие расходы	19643	28484	8841
2013– 2014 годы				
1	Выручка-нетто	184268	244329	60061
2	Себестоимость продаж	143816	197310	53494
3	Коммерческие расходы	28484	41229	12745
2012 – 2014 годы				
1	Выручка-нетто	139241	244329	105088
2	Себестоимость продаж	107407	197310	89903
3	Коммерческие расходы	19643	41229	21586

Чтобы определить, как каждый фактор повлиял на рентабельность продаж, необходимо осуществить расчеты:

1. Влияние изменения выручки от реализации на рентабельность продаж:

$$\Delta P3^{(B)} = [\{ (V_1 - C_0 - Kp_0) / V_1 \} - \{ (V_0 - C_0 - Kp_0) / V_0 \}] * 100\%, \quad (3.2)$$

где C_0 и C_1 – отчетная и базисная себестоимость;

Kp_0 и Kp_1 – отчетные и базисные коммерческие расходы;

Up_0 и Up_1 – отчетные и базисные управленческие расходы.

$$2012 - 2013 \text{ гг. } \Delta P3^{(B)} = [\{ (184268 - 107407 - 19643) / 184268 \} - \{ (139241 - 107407 - 19643) / 139241 \}] * 100 \% = 22,3 \%$$

$$2013 - 2014 \text{ гг.: } \Delta P3^{(B)} = [\{ (244329 - 143816 - 28484) / 244329 \} - \{ (184268 - 143816 - 28484) / 184268 \}] * 100 \% = 22,5 \%$$

$$2012 - 2014 \text{ гг.: } \Delta P3^{(B)} = [\{ (244329 - 107407 - 19643) / 244329 \} - \{ (139241 - 107407 - 19643) / 139241 \}] * 100 \% = 39,2 \%$$

2. Влияние изменения себестоимости на рентабельность продаж:

$$\Delta P3^{(C)} = [\{ (V_1 - C_1 - Kp_0) / V_1 \} - \{ (V_1 - C_0 - Kp_0) / V_1 \}] * 100 \% , \quad (3.3)$$

2012 – 2013 гг.: $\Delta P3^{(C)} = [\{(184268 - 143816 - 19643) / 184268\} - \{(184268 - 107407 - 19643) / 184268\}] * 100 \% = - 19,8 \%$

2013 – 2014 гг.: $\Delta P3^{(C)} = [\{(244329 - 197310 - 28484) / 244329\} - \{(244329 - 143816 - 28484) / 244329\}] * 100 \% = - 21,4 \%$

2012 – 2014 гг.: $\Delta P3^{(C)} = [\{(244329 - 197310 - 19643) / 244329\} - \{(244329 - 107407 - 19643) / 244329\}] * 100 \% = - 37 \%$

3. Влияние изменения коммерческих расходов на рентабельность продаж:

$$\Delta P3^{(KP)} = [\{(B_1 - C_1 - Kp_1) / B_1\} - \{(B_1 - C_1 - Kp_0) / B_1\}] * 100\%, \quad (3.4)$$

2012 – 2013 гг.: $\Delta P3^{(KP)} = [\{(184268 - 143816 - 28484) / 184268\} - \{(184268 - 143816 - 19643) / 184268\}] * 100 \% = -4,8 \%$

2013 – 2014 гг.: $\Delta P3^{(KP)} = [\{(244329 - 197310 - 41229) / 244329\} - \{(244329 - 197310 - 28484) / 244329\}] * 100 \% = -5,2 \%$

2012 – 2014 гг.: $\Delta P3^{(KP)} = [\{(244329 - 197310 - 41229) / 244329\} - \{(244329 - 197310 - 19643) / 244329\}] * 100 \% = - 8,6 \%$

Совокупное влияние факторов составляет:

$$\Delta P3^{(P)} = \Delta P3^{(B)} + \Delta P3^{(C)} + \Delta P3^{(KP)} \quad (3.5)$$

2012 – 2013 гг.: $\Delta P3^{(P)} = 22,3\% + (-19,8\%) + (-4,8\%) = - 1,7\%$

2013 – 2014 гг.: $\Delta P3^{(P)} = 22,5\% + (-21,4\%) + (-5,2\%) = - 4,1\%$

2012 – 2014 гг.: $\Delta P3^{(P)} = 39,2\% + (-37\%) + (-8,6\%) = - 6,4\%$

Исходя из полученных данных, за счет всех факторов рентабельность реализации в 2013 году по сравнению с 2012 годом снизилась на 1,7%.

В 2014 году по сравнению с 2013 годом произошло снижение

									Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					83

рентабельности еще на 4,1%. В целом за три года под влиянием всех факторов рентабельность продаж снизилась на 6,4%.

Факторный анализ показал, что отрицательное влияние на рентабельность продаж в целом за анализируемый период оказывает увеличение себестоимости продукции и коммерческих расходов. В связи с отсутствием управленческих расходов, на уровень рентабельности они никак не повлияли.

В таблице 3.6 приведены расчеты влияния факторов на рентабельность продаж за каждый анализируемый период.

Таблица 3.6 – Совокупное влияние факторов на рентабельность продаж

Показатели-факторы	Анализируемый период		
	2012-2013 год	2013-2014 год	2012-2014 год
1) Выручка от продаж	22,3 %	22,5 %	39,2 %
2) Себестоимость	-19,8 %	-21,4 %	-37 %
3) Коммерческие расходы	-4,8 %	-5,2 %	-8,6 %
Совокупное влияние	-1,7 %	-4,1 %	-6,4 %

Учитывая влияние различных факторов можно влиять и на уровень себестоимости. То есть, снизить себестоимость продукции предприятие может перейдя на использование новых материалов, применение новых, более экономных способов обработки и производства продукции, сокращение численность рабочих, если это не нарушит технологического процесса.

Кроме изменения производственных факторов, предприятие может провести работу по изысканию новых поставщиков сырья и материалов и т.д.

Так как на рентабельность реализованной продукции, кроме себестоимости продукции влияют еще и цены ее реализации предприятие, в целях повышения эффективности своей деятельности, может искать дополнительные рынки сбыта, где эту продукцию можно реализовать дороже, увеличивать в структуре реализованной продукции удельный вес продукции с большим коэффициентом рентабельности и т.д.

Динамика факторов, влияющих на рентабельность продаж, представлена на

рисунке 3.5.

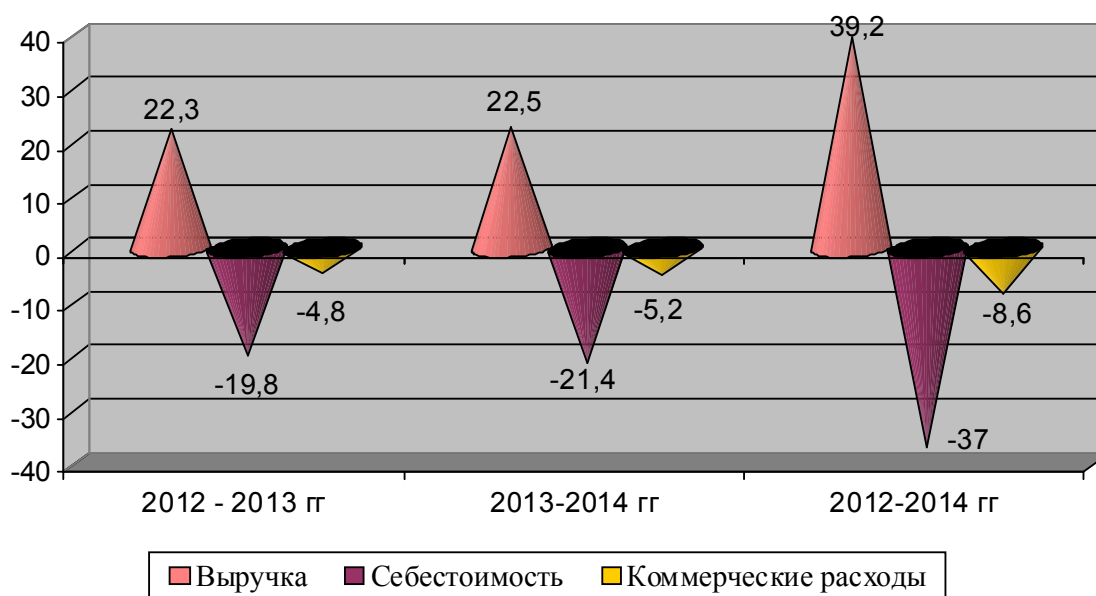


Рисунок 3.5 –Динамика факторов влияющих на рентабельность продаж

Факторный анализ дал информацию необходимую для разработки комплекса мероприятий направленных на повышение эффективности деятельности предприятия. Учитывая все вышеизложенное, в четвертом разделе выпускной квалификационной работы будут предложены мероприятия, направленные на увеличение рентабельности предприятия.

3.4 Пути улучшения финансовых результатов деятельности организации

Рентабельность показывает, насколько прибыльна деятельность предприятия, соответственно, чем выше коэффициенты рентабельности, тем эффективней деятельность. Поэтому компания должна стремиться к более высоким показателям, а руководство должно определить пути повышения рентабельности.

Увеличение прибыли предприятия является первоочередной задачей предприятия, что позволит повысить финансовую независимость и ликвидность (платежеспособность), укрепить финансовую устойчивость, а значит улучшить финансовое состояние предприятия.

Многообразие показателей рентабельности определяет альтернативность поиска путей ее повышения. При анализе путей повышения рентабельности важно разделять влияние внешних и внутренних факторов. В целом одним из условий процветания предприятия является расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены на предлагаемые товары, но это не всегда так. Поэтому внимания этому внешнему фактору следует уделять меньше, чем внутренним: увеличению объемов производства, снижению себестоимости продукции, повышению отдачи основных средств.

Доходность предприятия формируется в основном из прибыли от продаж, которая в свою очередь зависит от объема реализованной продукции, цены и себестоимости единицы реализованной продукции. Поэтому необходимо выявить резервы сокращения затрат на производство продукции и роста прибыли.

Следует заметить, что нельзя отвлеченно рассматривать влияние отдельных факторов, так как на уровень и динамику показателей рентабельности оказывает влияние вся совокупность производственно-хозяйственных факторов.

3.4.1 Увеличение выпуска и реализации продукции

Для сохранения завоеванных позиций требуется соблюдение жестких условий: выполнение поставок в оговоренные контрактом сроки, поддержание необходимого уровня качества продукции. В то же время предприятие всегда должно быть готово к тому, чтобы изменить ассортимент выпускаемой продукции, расширить номенклатуру предлагаемых изделий или даже перейти на выпуск новых видов продукции, если таковы будут требования рынка.

В условиях рыночной системы хозяйствования с ее жестокой конкуренцией, важное значение для предприятия имеют такие показатели, как прибыль и рентабельность.

Получение прибыли является необходимой целью предпринимательской деятельности любого предприятия, поэтому доминирующей проблемой для предприятия является максимизация прибыли и увеличение показателей

									Лист
									86
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

рентабельности, что означает разработку стратегии на систематическое увеличение прибыли и минимизации издержек. Данная задача многоплановая для ее решения необходим системный подход.

Определяющая роль производства продукции состоит в наиболее полном удовлетворении потребностей общества в высококачественных средствах производства, предметов потребления и других экономических благах жизнеобеспечения.

Реализация продукции предполагает ее изготовление, отгрузку и оплату потребителями. Завершающим этапом работы предприятия является сбыт продукции, как правило, осуществляется на основании хозяйственных договоров с потребителями. В них предусматриваются объемы и сроки поставок, условия доставки товаров к потребителю, устанавливаются цены реализации продукции, условия ее оплаты, юридическая ответственность за несвоевременную поставку или оплату поставляемой продукции, а также указываются способы разрешения спорных вопросов.

Предприятию-производителю целесообразно оценить возможности сбыта своей продукции и прогноз объема производства и реализации.

Прогноз объема реализации – результат изучения таких факторов как:

- прошлый объем продаж,
- рыночная конъюнктура и ее возможные изменения,
- доходность продукции, ценовая политика,
- имеющиеся производственные мощности.

Работа по организации сбыта продукции, как правило, начинается с изучения рынка и проведения маркетинговых исследований (мероприятий, призванных выяснить потребности рынка, осуществлять поставку товаров и др.).

Следовательно, первоочередными задачами маркетинга являются формирование спроса, удовлетворение спроса путем доставки товаров в нужное время нужному потребителю и управление маркетингом, включающее планирование маркетинговой деятельности фирмы, его организацию и осуществление, а также контроль за его выполнением.

В качестве мероприятия увеличивающего рентабельность предлагается расширение производства, за счет собственных резервов. Однако, увеличив производительность, возрастет необходимость расширить рынок сбыта продукции, увеличить долю предприятия на рынке области и за её пределами.

Для увеличения доли ООО «Кузбассконсермолоко» на рынке необходимо сделать следующее (рисунок 3.6).

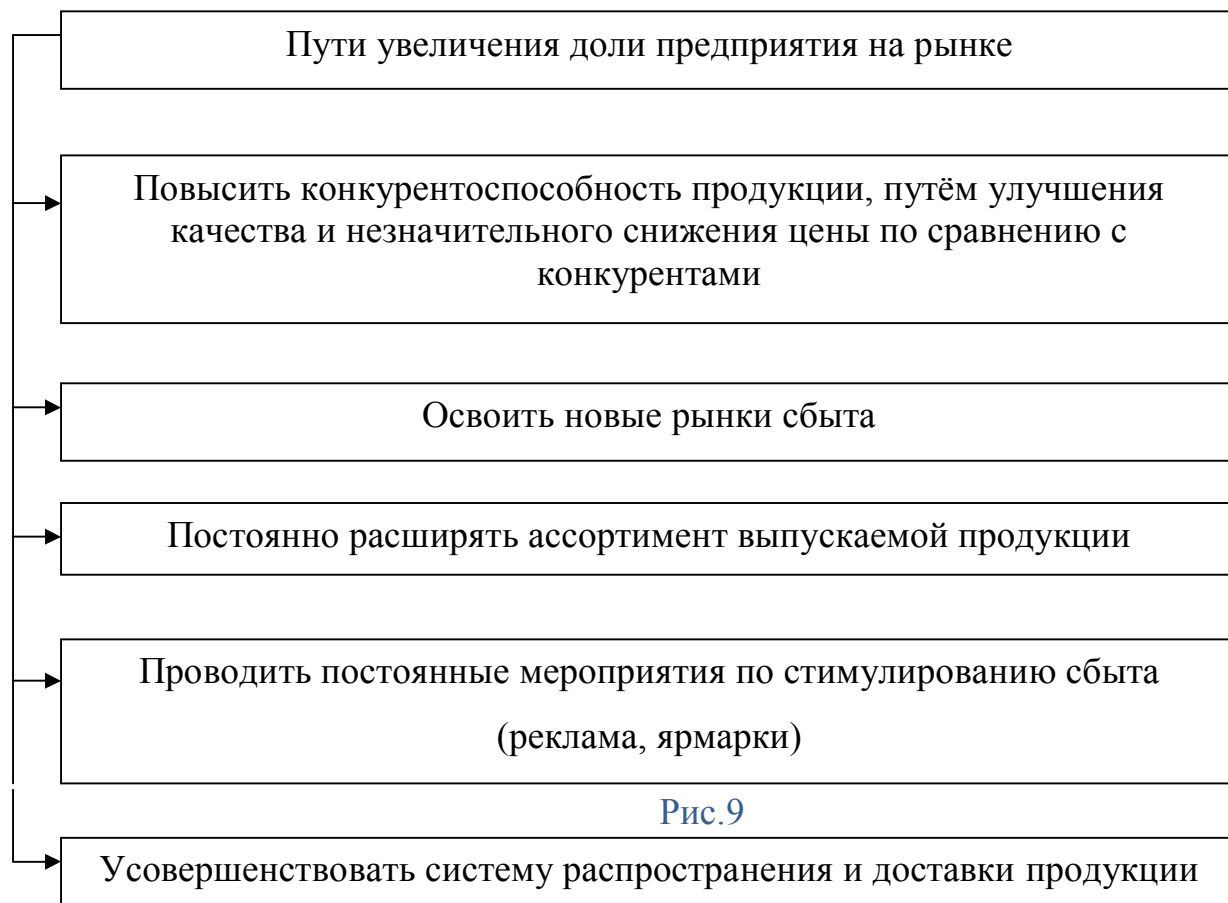


Рисунок 3.6 – Пути увеличения доли организации на рынке

Результатом станет снижение цены единицы продукции, что является основным фактором для большинства покупателей. Планируется, что за счет увеличения объема продаж продукта по более низкой цене, организация получит больше прибыли, а соответственно увеличится рентабельность.

3.4.2 Снижение уровня коммерческих расходов

Анализ и обоснование затрат, их качественное планирование с целью получения максимальной выгоды осуществляется ответственными исполнителями, заинтересованными в увеличении продаж, оптимизации расходов на сбыт и выполнении бюджетных показателей. Приоритетность в управлении коммерческими расходами и мотивация менеджеров устанавливается руководством предприятия согласно принятой на предприятии маркетинговой политики и положений по премированию.

Расширение производства, увеличение рынков сбыта выпускаемой продукции всегда является следствием работы по осуществлению стратегических и тактических задач на предприятии и не осуществимо без дополнительных затрат, влияющих на величину прибыли предприятия.

Планирование прогнозного спроса потребителей и формирование прогноза расходов на продажу, обычно осуществляется коммерческой службой, которая соотносит расходы с объемом продаж, и классифицирует соответствующие затраты по следующим критериям: транспортные услуги и экспедирование грузов; аренда складских помещений и транспортных средств; рекламные и маркетинговые мероприятия, направленные на увеличение продаж и завоевание рынков сбыта; расходы, связанные с упаковкой, складированием и хранением продукции; расходы структурных подразделений, занимающиеся коммерческой деятельностью; расходы на содержание транспортных средств; страхование имущества.

Коммерческие расходы – это выплаты, сумму которых руководство может до некоторой степени изменять от периода к периоду, чтобы сберечь ресурсы и повлиять на доход, рост которых значительно повлиял на уровень доходности в анализируемом периоде.

К коммерческим расходам на предприятии относятся расходы по доставке продукции (транспортировке), заработную плату персонала, занятого сбытом, комиссионные посредникам, а также премиальные собственному персоналу, занятому сбытом, издержки на вспомогательные упаковочные материалы, маркетинговые исследования, рекламу и продвижение продукции на рынке.

В настоящее время организация прочно занимает положительные позиции

									Лист
									89
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

на рынке и можно сказать, что перерасход коммерческих затрат вполне может быть пересмотрен, с целью высвобождения средств для увеличения собственного капитала и рентабельности предприятия.

На основании информации предоставленной организацией существует реальная возможность снижения коммерческих расходов. Добиться этого можно, прежде всего, за счет снижения на 4% командировочных и представительских расходов, которые в 2014 занимают 25% в общей сумме коммерческих расходов. Так же предлагается на 5% снизить расходы на рекламу, которые в структуре коммерческих расходов в 2014 году занимают 30%.

Снижения командировочных и представительских расходов можно добиться путем создания четкого списка поставщиков услуг, к которым должны обращаться все командированные сотрудники. Систематический подход к управлению закупками на основе текущей и точной информации об использовании авиакомпаний, гостиниц и проката автомобилей позволит значительно сократить командировочные и представительские расходы в кратчайшие сроки путем обеспечения оптимальных корпоративных условий и скидок. Так же предлагается по возможности заменить выездные командировки проведением селекторных совещаний и вебинаров.

Уменьшение расходов на рекламу не приведет к тактическим и стратегическим потерям только том случае, если предприятие найдет другие, более дешевые и условно бесплатные методы рекламы, продвижения, информирования покупателей, потребителей, партнеров о своих бизнес-предложениях. Снижение финансовых средств на рекламу должно быть обязательно заменено нестандартными креативными решениями, серьезной творческой работой всего коллектива предприятия. Ни в коем случае не следует отказываться от расходов на ту рекламу, которая «хорошо работает», на те проверенные каналы коммуникаций с потребителями, которые доказали свою эффективность. Расходы на рекламу и маркетинг, в этом случае, нужно перераспределить в пользу этих эффективных инструментов.

Сокращение коммерческих расходов в части расходов на рекламу

									Лист
									90
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

возможно, и предприятие не будет испытывать реального отражения на объеме продаж, так как выпускаемая продукция уже известна потребителям, является продукцией первой необходимости и пользуется широкой популярностью.

Даже небольшое снижение одной из статей коммерческих расходов может положительно повлиять на величину прибыли и рентабельности.

Предприятие должно не только сокращать коммерческие расходы, но и стремиться рационализировать структуру всех затрат, тем самым повышая показатели производственно-хозяйственной и финансовой деятельности.

3.4.3 Сокращение запасов сырья и материалов на складе

Как было выявлено, прибыль предприятия и рентабельность увеличиваются не только вследствие увеличения количества выпускаемой продукции, но и за счет сокращения и оптимизации затрат на ее производство.

Затратами занимающими большой удельный вес в структуре себестоимости продукции являются материальные затраты, и даже незначительное сбережение сырья, материалов, топлива и энергии при производстве каждой единицы продукции в целом по предприятию дает крупный эффект.

Сырье и материалы входят в себестоимость по цене их приобретения с учетом расходов на перевозку, поэтому правильный выбор поставщиков материалов влияет на себестоимость продукции.

Важно обеспечить поступление материалов от таких поставщиков, которые находятся на небольшом расстоянии от предприятия, а также перевозить грузы наиболее дешевым видом транспорта. При заключении договоров на поставку материальных ресурсов необходимо заказывать такие материалы, которые по своим размерам и качеству точно соответствуют плановой спецификации на материалы, стремиться использовать более дешевые материалы, не снижая в то же время качества продукции.

Важнейшее значение в борьбе за снижение себестоимости продукции имеет соблюдение строжайшего режима экономии на всех участках производственно-

хозяйственной деятельности предприятия. Последовательное осуществление на предприятиях режима экономии проявляется прежде всего в уменьшении затрат материальных ресурсов на единицу продукции, сокращении расходов по обслуживанию производства и управлению, в ликвидации потерь от брака и других непроизводительных расходов.

За период с 2012 года по 2014 год произошло увеличение запасов на складе неиспользованных материалов и сырья, а так же готовой продукции и товаров для перепродажи. В качестве мероприятия предлагается провести нормирование оборотных средств, которое позволит снизить излишки производственных запасов на складе до оптимального уровня.

ООО «Кузбассконсервмолоко» является предприятием с многолетним опытом работы, обладает надежными связями по поставкам сырья и материалов от поставщиков, следовательно, нет необходимости создавать на складе большой гарантийный запас сырья и материалов.

Разработка системы, в соответствии с которой, будет осуществляться контроль за использованием материальных ресурсов – приоритетное направление служб материально-технического обеспечения.

Руководители должны закладывать в производственный процесс только те расходы, которые необходимы для стабильной работы и обеспечения экономического роста подразделения, а в случае роста расходов по отдельным статьям, или их снижении, должны дать подробные комментарии о перерасходе или не до использовании материальных ресурсов.

Программа расходов обязательна для большого промышленного предприятия, такого как ООО «Кузбассконсервмолоко». Контроль за её выполнением должен осуществлять планово-экономический отдел, который должен снимать промежуточные показатели расходования средств, сопоставлять их с утверждёнными и оперативно проводить соответствующие корректировки.

Данная система позволит снизить неэффективное и не целевое расходование материальных ресурсов, сформировать оптимальную сумму необходимых ресурсов исходя из плановых расчётов и необходимости.

									Лист
									92
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

Целесообразно проводить инвентаризацию запасов, в ходе которой проверяются и документально подтверждаются их наличие, состояние и оценка. С целью организации текущего контроля за сохранностью запасов, оперативного выявления возможных расхождений между данными бухгалтерского учета и их фактическим наличием по отдельным наименованиям и группам в местах хранения и эксплуатации в организациях проводятся проверки. Порядок проведения проверок, в том числе определение конкретных наименований, видов, групп запасов, подлежащих проверке, сроки проведения проверки и т.п., устанавливается руководителем организации, а также руководителями подразделений организации по поручению руководителя организации.

При организации работы по проведению инвентаризации проверок запасов необходимо учитывать структуру складского хозяйства, где склады (кладовые) подразделений организации могут быть самостоятельными учетными единицами или входить в состав других учетных единиц. В подразделениях организации, склады (кладовые) которых не являются самостоятельными учетными единицами, инвентаризация запасов на таких складах (кладовых) производится одновременно с инвентаризацией незавершенного производства (незавершенного строительства) в данном подразделении.

Для проведения комплекса работ по выявлению фактического наличия запасов, сопоставлению фактического наличия запасов с данными бухгалтерского учета, документальному оформлению фактов несоответствия количества, качества, ассортимента поступающих запасов соответствующим показателям (характеристикам), предусмотренным в договорах (поставки, купли - продажи и других аналогичных документах), определению причин списания запасов и возможности использования отходов и ряда других аналогичных работ в организации необходимо создать постоянно действующую инвентаризационная комиссия.

Учитывая большой объем указанных работ, их специальный характер, в организации могут создаваться рабочие инвентаризационные комиссии.

По результатам инвентаризаций и проверок принимаются соответствующие

							Лист
							93
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата			

решения по устранению недостатков в хранении и учете запасов и возмещению материального ущерба.

В результате внедрения данного мероприятия сумма остатков на складе сырья и материалов снизится, что приведет к снижению себестоимости. Снижение себестоимости в свою очередь позволит увеличить прибыль от продаж на предприятии, и следовательно увеличить рентабельность.

Даже небольшое колебание любой статьи затрат на производство, в целом очень сильно влияет на величину прибыли от продаж и уровень рентабельности на предприятии, учитывая, что рентабельность является основным показателем прибыльности предприятия, характеризующего его финансово - хозяйственную деятельность.

Таблица 3.7 — Влияние предложенных мероприятий на финансовые результаты деятельности предприятия

Показатели	2014 г.	Результат после мероприятий	Отклонение +,-	Отклонение, %
Объем товарной продукции, тыс. руб.	244329	263875	19546	108
Себестоимость продукции, тыс. руб.	197310	211121	13811	107
Прибыль, тыс. руб.	5790	11525	5735	199
Рентабельность, %	3	6	3	200

Таким образом, предложенные мероприятия позволят улучшать финансовые результаты деятельности ООО «Кузбассконсервмолоко».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рыночной экономике основной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли, увеличение материальной заинтересованности участников бизнеса в результатах финансово-хозяйственной деятельности. Максимизация прибыли в этой связи является первостепенной задачей предприятия. На величину прибыли в производственной деятельности оказывают влияние факторы субъективного характера и объективные, не зависящие от деятельности хозяйственного объекта.

Результатом деятельности любого предприятия является прибыль, но часто она не отражает эффективность предпринимательской деятельности. Более точную оценку функционирования организаций дает рентабельность. Рентабельность является не просто статистическим, расчетным параметром, а сложный комплексный социально-экономический критерий. В отличие от прибыли, рентабельность характеризует эффективность финансовой деятельности любого экономического субъекта, относительно всех других (индивидуальных предпринимателей, организаций, регионов, отдельных стран и мира в целом), независимо от размеров и характера экономической деятельности.

При анализе путей увеличения прибыли важно разделять влияние внешних и внутренних факторов. В целом одним из условий процветания предприятия является расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены на предлагаемые товары, но это не всегда так.

Поэтому внимания этому внешнему фактору следует уделять меньше, чем внутренним: увеличению объемов производства, снижению себестоимости продукции, повышению отдачи основных средств.

В теоретическом разделе работы рассмотрены основы анализа финансовых результатов деятельности организации, экономическая сущность прибыли предприятия, дана характеристика видам прибыли, показана ее роль и значение в современных условиях, перечислены цели и задачи анализа прибыли, приведена методика анализа и указаны резервы ее увеличения.

Аналитическая часть выпускной квалификационной работы содержит организационно-экономическую характеристику организации и анализ основных технико-экономических и финансовых показателей производственно-хозяйственной деятельности ООО «Кузбассконсервмолоко» за период с 2012 года по 2014 год. Анализ позволяет не только оценить технико-экономические возможности и текущее финансовое положение предприятия, характер и степень влияния факторов, но и предоставляет возможность отследить динамику показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия, что позволяет дать перспективную прогнозную оценку финансового состояния, принять своевременные меры для укрепления (сохранения) финансовой устойчивости.

В специальной части работы был проведен анализ показателей прибыли и рентабельности ООО «Кузбассконсервмолоко», был проведен факторный анализ финансовых результатов деятельности организации и предложены пути повышения финансовых результатов деятельности организации.

Предлагается увеличить выпуск продукции, то есть более полно использовать собственный резерв производственной мощности предприятия, а так же увеличить объем реализации за счет увеличения доли предприятия на рынке. Результатом такого мероприятия станет снижение цены единицы продукции, что является основным фактором для большинства покупателей. Так же рекомендуется увеличить прибыль счет снижения уровня коммерческих расходов. Добиться этого можно, прежде всего пересмотром таких статей как командировочные и представительские расходы, а так же расходы на рекламу. В качестве мероприятия предлагается так же провести нормирование оборотных средств, которое позволит снизить излишки производственных запасов на складе до оптимального уровня, тем самым снизить себестоимость продукции и увеличить прибыль и рентабельность предприятия.

Предложенные мероприятия будут способствовать улучшению финансовых результатов деятельности ООО «Кузбассконсервмолоко», что позволит укрепить финансовое состояние и повысить конкурентоспособность на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Аксенов А.П. Экономика предприятия: учебник. – М.: Инфра-М, 2012. – 638 с.
- 2 Арзамов А.С. Экономика фирмы: учебник. – М.: Инфра-М: Национальный фонд подготовки кадров, 2010. – 526 с.
- 3 Арсенова Е.В. Экономика организации (предприятия): учебник. – М.: Экономистъ, 2012. – 617 с.
- 4 Белобтецкий И.А. Прибыль предприятия // Финансы. –2014. – №3 – с. 40 – 47.
- 5 Бланк И.А., Управление прибылью – Киев: Ника-Центр, 2011. – 768с.
- 6 Вахрин П.И. Финансовый анализ в коммерческих и некоммерческих организациях. Учебное пособие. – М.:ИКЦ «Маркетинг», 2012. – 319 с.
- 7 Горемыкин В.А. Планирование на предприятии: учебник для вузов.- М.: Высшее образование, 2009. – 634 с.
- 8 Горфинкель В.Я. Экономика фирмы: учебник для вузов. – М.: ИД Юрайт, 2011. – 678 с.
- 9 Горфинкель В.Я. Поляк Г.Б. Предпринимательство: учебник для вузов. – М.:ЮНИТИ, 2012. – 687 с.
- 10 Донцова А.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности. - М.: Дело и сервис, 2013. – 384 с.
- 11 Ермолович Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.– Минск: БГЭУ, 2012. – 111 с.
- 12 Жиделева В.В., Каптейн Ю.Н. Экономика предприятия: учебное пособие для вузов. – М.: Инфра, 2009. – 133с.
- 13 Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием. Учебное пособие. - М.: Инфра – М, 2009. – 453 с.
- 14 Зорин А.Л. Справочник экономиста в формулах и примерах. – М.: Профессиональное издательство, 2013. – 336с.

- 15 Зенкина И.В. Теория экономического анализа. – М.: Дашков и К, 2009. – 208с.
- 16 Иванов И. Н. Экономика промышленного предприятия: учебник. – М.: Инфра–М, 2011. – 393 с.
- 17 Иващенко Н.П. Экономика фирмы.- М.:Инфра – М, 2012. -525 с.
- 18 Казуева Т.С. Управление доходами и расходами предприятия: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2012. – 192 с.
- 19 Кантор Е.Л. Экономика промышленного предприятия: учебник. – М: МарТ, 2009. – 859 с.
- 20 Ковалева А.М. Финансовый менеджмент. - М.: Инфра-М, 2012. – 283 с.
- 21 Ковалев В.В. Финансы организаций (предприятий). – М.: Проспект, 2009. – 352 с.
- 22 Ковалев В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью. Учебное пособие. – М.:ТК Велби, Изд-во Проспект, 2012. – 336с.
- 23 Коханов И.В. Классификация новых теорий менеджмента // Менеджмент. – 2014. – №5 – С. 45-47.
- 24 Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции. Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2012 – 720 с.
- 25 Курганская Н.И., Вишневская О.В. Планирование и анализ производственной деятельности предприятия. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 311 с.
- 26 Ларионов И.К., Антикризисное управление: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2009. – 292 с.
- 27 Лобан Л.А., Пытко В.Т. Экономика предприятия: учебный комплекс. – Минск: Современная школа, 2010. – 429 с.
- 28 Максимов В.А. Экономика фирмы: учебник для экономических специальностей. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 571 с.
- 29 Николаева Т.И., Егорова Н.Р. Экономика предприятий торговли и

общественного питания: учебное пособие для вузов. – М.: Кнорус, 2008. – 400с.

- 30 Поздняков В.Я., Казаков С.В. Экономика отрасли: учебное пособие для вузов. – М.: Инфра, 2009. – 309 с.
- 31 Понкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. – М.: Дашков и К, 2012. – 504 с.
- 32 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия – М.: ИНФРА-М, 2009. – 536 с.
- 33 Селезнева Н.Н. Ионова А.Ф. Управление финансами. – М.: Инфра-м, 2011. – 208 с.
- 34 Семенов В.М. Экономика предприятия: учебник. – Санкт-Петербург: Питер, 2010. – 416 с.
- 35 Тычинский А.В. Экономика, организация и управление на предприятии: учебное пособие. – Ростов–на–Дону: Феникс, 2010. – 475 с.
- 36 Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник. – М.: Дашков и К, 2008. – 624 с.
- 37 Чалдаева Л. А. Экономика предприятия: учебник. – М.: Юрайт, 2011. – 347 с.
- 38 Шепеленко Г. И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2010. – 600 с.
- 39 Экономика предприятий (организаций): учебник / А. И. Нечитайло, А. Е. Карлик. – М.: Проспект: Кнорус, 2013. – 304 с.
- 40 Экономика отрасли: учебное пособие / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 307 с.
- 41 Экономика предприятия: учебный комплекс / Л. А. Лобан, В. Т. Пыко. – Минск: Современная школа, 2012. – 429 с.