

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
КЕМЕРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ ПИЩЕВОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ (УНИВЕРСИТЕТ)

Кафедра «Экономика и управление»

Выпускная квалификационная работа

**«АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ УВЕЛИЧЕНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «КРАСНОГОРСКОЕ», Г. КЕМЕРОВО)»**

Выполнил: студент гр. МТнд - 221

Леонова Л.Ю.

Руководитель: доцент Егорова Н. М.

Работа защищена:

Кемерово 2016

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Кемеровский технологический институт пищевой промышленности (университет)



Факультет _____ Заочный _____
 Кафедра _____ «Экономика и управление» _____
 Направление _____ 38.03.02 «Менеджмент» _____
(шифр,
название)
 Профиль _____ «Производственный менеджмент» _____
(название)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на соискание квалификации (степени) _____ бакалавр _____

Обозначение документа _____ ВЭЗ. ВКР. 00. 38. 16 _____
 Тема _____ «Анализ прибыли предприятия и пути ее увеличения» _____
 _____ (на примере ООО «Красногорское», г. Кемерово)» _____
 Специальная часть _____ «Анализ показателей прибыли ООО «Красногорское» _____
 _____ и рекомендации по их увеличению» _____

Студент _____ Леонова Людмила Юрьевна _____
Фамилия, имя, отчество, подпись

Руководитель квалификационной работы _____ Н. М. Егорова _____
Подпись, дата, инициалы, фамилия

Консультанты по разделам:

_____ Теоретический _____	_____ Н. М. Егорова _____
<small>краткое наименование раздела</small>	<small>Подпись, дата, инициалы, фамилия</small>
_____ Организационно-экономическая _____	_____ Н. М. Егорова _____
<small>краткое наименование раздела</small>	<small>Подпись, дата, инициалы, фамилия</small>
_____ характеристика предприятия _____	_____ Н. М. Егорова _____
<small>краткое наименование раздела</small>	<small>Подпись, дата, инициалы, фамилия</small>
_____ Аналитический _____	_____ Н. М. Егорова _____
<small>краткое наименование раздела</small>	<small>Подпись, дата, инициалы, фамилия</small>
_____ _____	_____ _____
<small>краткое наименование раздела</small>	<small>Подпись, дата, инициалы, фамилия</small>
_____ _____	_____ _____
<small>краткое наименование раздела</small>	<small>Подпись, дата, инициалы, фамилия</small>

Нормоконтролер _____ Н. М. Егорова _____
Подпись, дата, инициалы, фамилия

Допустить к защите
 Заведующий кафедрой _____ П. В. Масленников _____
Подпись, дата, инициалы, фамилия

Кемерово, 2016 г.

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Кемеровский технологический институт пищевой промышленности (университет)



Кафедра _____ «Экономика и управление» _____

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой Масленников П. В.

подпись, фамилия, инициалы, дата

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

Студенту группы _____ МТнд - 221 Леоновой Людмиле Юрьевне
номер группы, фамилия, имя, отчество

1. Тема _____ «Анализ прибыли предприятия и пути ее увеличения»
_____ (на примере ООО «Красногорское», г. Кемерово)» _____

Специальная часть _____ «Анализ показателей прибыли ООО «Красногорское»
и рекомендации по их увеличению» _____
утверждена приказом по институту № _____ 494 _____ от _____ 19.05.2016 _____
дата

2. Срок представления работы к защите _____ 21.06.2016 _____
дата

3. Исходные данные к выполнению работы: _____ данные отчета _____
_____ о прохождении преддипломной практики _____

4. Содержание текстового документа:

Введение: _____ отражает актуальность темы, объект, цели и задачи исследования _____
краткое содержание

4.1. Теоретический: теория и методика по вопросам содержания и анализа
_____ наименование раздела _____ краткое содержание
_____ показателей прибыли предприятия _____

4.2. Организационно-экономическая характеристика предприятия: содержит
_____ наименование раздела _____ краткое содержание
_____ общие сведения о предприятии, его ТЭП ПХД и ФС _____

4.3. Аналитический: содержит анализ показателей прибыли ООО «Красногорское»
_____ наименование раздела _____ краткое содержание
_____ и рекомендации по их увеличению _____

4.4. Заключение: содержит основные выводы по результатам исследования
наименование раздела краткое содержание

4.5 Список литературы: содержит библиографическое описание источников
наименование раздела краткое содержание

5. Перечень графического материала с точным указанием чертежей:

5.1 Экономическая характеристика ООО «Красногорское» (1)

5.2 Результаты анализа прибыли и рентабельности ООО «Красногорское» (6)

5.3 Рекомендации по увеличению прибыли ООО «Красногорское» (3)

5.4 _____

5.5 _____

5.6 _____

5.7 _____

5.8 _____

6. Консультанты по разделам:

Теоретический Н. М. Егорова
краткое наименование раздела подпись, дата, инициалы, фамилия

Организационно-экономическая

характеристика предприятия Н. М. Егорова
краткое наименование раздела подпись, дата, инициалы, фамилия

Аналитический Н. М. Егорова
краткое наименование раздела подпись, дата, инициалы, фамилия

_____ подпись, дата, инициалы, фамилия

_____ подпись, дата, инициалы, фамилия

7. Руководитель выпускной квалификационной работы Н. М. Егорова

_____ подпись, дата, инициалы, фамилия

8. Дата выдачи задания _____

Задание принял к исполнению: _____ Л. Ю. Леонова
подпись, дата, инициалы, фамилия

В выпускной квалификационной работе проведен анализ показателей прибыли предприятия по производству питьевой бутилированной и минеральной воды в г. Кемерово - ООО «Красногорское» и предложены рекомендации по их увеличению.

Работа состоит из трех разделов: в первом изложены теория и методика анализа прибыли предприятия, во втором - представлена организационно-экономическая характеристика ООО «Красногорское» за период работы с 2013 по 2015 годы, в третьем - проведен анализ показателей прибыли и рентабельности предприятия и предложены пути их улучшения.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПО ВОПРОСАМ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	8
1.1 Роль, сущность и значение прибыли в рыночной экономике.....	8
1.2 Виды прибыли.....	9
1.3 Анализ прибыли и рентабельности предприятия.....	13
1.4 Анализ распределения и использования прибыли.....	20
1.5 Резервы увеличения прибыли на предприятии.....	23
2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «КРАСНОГОРСКОЕ».....	26
2.1 Общие сведения о компании.....	26
2.2 Правовой статус и структура компании.....	27
2.3 Ассортимент продукции компании.....	32
2.4 Анализ основных технико-экономических показателей производственно- хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия.....	38
3 АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ ООО «КРАСНОГОРСКОЕ» И ПУТИ ИХ УВЕЛИЧЕНИЯ.....	47
3.1 Значение и задачи анализа прибыли предприятия.....	47
3.2 Анализ динамики показателей прибыли и рентабельности.....	48
3.3 Анализ влияния факторов на прибыль предприятия.....	53
3.4 Анализ результатов от прочих видов деятельности предприятия.....	63
3.5 Факторный анализ рентабельности продаж.....	67
3.6 Механизм распределения прибыли предприятия.....	71
3.7 Рекомендации по увеличению прибыли предприятия.....	72

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	82
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	85
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	88

ВВЕДЕНИЕ

Прибыль - это денежное выражение накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятий. Прибыль является показателем, который наиболее полно отражает эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем, прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификации производства. Это один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности организации, за счет которого осуществляется финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию, увеличению фонда оплаты труда. Прибыль является не только источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей предприятий, она определяет все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов.

Прибыль как конечный финансовый результат деятельности предприятия представляет собой разницу между общей суммой доходов и затратами на производство и продажу продукции с учетом убытков от различных хозяйственных операций. Таким образом, прибыль формируется в результате взаимодействия многих компонентов, как с положительными, так и с отрицательными знаками. Основным источником доходов предприятий - выручка от продажи продукции, а именно та ее часть, которая остается за вычетом материальных, трудовых, денежных затрат на производство и реализацию, продукции. Поэтому важная задача каждого хозяйствующего субъекта - получить больше прибыли при наименьших затратах путем соблюдения строго режима экономии в расходовании средств и наиболее эффективного их использования. Заинтересованность предприятий в производстве и продаже качественной, пользующейся спросом на рынке продукции отражается на

величине прибыли, которая при прочих равных условиях находится в прямой зависимости от объема реализации этой продукции.

Наряду с изучением показателей прибыли, анализ показателей рентабельности является также важным элементом в системе управления производством, действенным средством выявления внутрихозяйственных резервов, основой разработки научно обоснованных планов-прогнозов и управленческих решений и контроля за их выполнением с целью повышения эффективности функционирования предприятия.

Целью работы является анализ показателей прибыли предприятия по производству и продаже питьевой бутилированной и минеральной воды в г. Кемерово - ООО «Красногорское» и определение возможных путей ее повышения. Это современный завод, где используется высокотехнологичное американское оборудование «STEELHEAD, INC» (США) и ультрасовременная технология, которые позволяют очищать воду на молекулярном уровне без использования химических реагентов.

Из поставленной цели вытекает ряд задач, требующих решения:

- изучить теорию и методику анализа прибыли предприятия;
- ознакомиться с деятельностью предприятия и проанализировать его основные экономические показатели деятельности;
- провести детальный анализ показателей прибыли;
- выявить факторы, определяющие размер прибыли;
- разработать пути увеличения прибыли предприятия.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы научные труды в области теории и практики экономического предприятия, таких специалистов как Донцова Л. В., Никифорова Н.А., Савицкая Г.В., Ковалев В.В., Шерemet А.Д., Сайфулин Р.С. и др., а также бухгалтерская финансовая отчетность и другие документы ООО «Красногорское».

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПО ВОПРОСАМ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Роль, сущность и значение прибыли в рыночной экономике

Деятельность предприятий питания и торговли, отвечающая потребностям рыночной экономики, должна приносить прибыль. Прибыль в условиях рынка – конечная цель и движущий мотив развития предприятия, она является одной из основных экономических категорий рыночного хозяйства.

Прибыль в экономике следует рассматривать с различных точек зрения. Как результативный (оценочный) показатель она характеризует эффективность деятельности предприятия. Успех предпринимательской деятельности является экономическим показателем роста предприятия. Как количественный показатель она представляет собой разность между валовыми доходами и расходами (издержками производства и обращения) предприятия.

Прибыль позволяет удовлетворять экономические интересы государства, предприятия, работников и собственников. Объектом экономических интересов государства служит та часть прибыли, которую предприятие уплачивает в виде налога на прибыль и которую общество использует для развития экономики страны. Экономические интересы предприятия удовлетворяются за счет чистой прибыли (прибыли после уплаты налогов). За счет этой прибыли предприятие решает производственные и социальные задачи своего развития. Экономические интересы работников связаны с материальным стимулированием и социальными выплатами, источником которых является чистая прибыль. Собственники также заинтересованы в увеличении прибыли предприятия, так как увеличиваются дивиденды, увеличивается рост их капитала.

Значение прибыли для предприятия заключается в следующем:

- прибыль выступает источником финансовых ресурсов;
- прибыль служит источником образования фондов предприятия (накопления, потребления, развития и др.) и выступает фондообразующим показателем, так как от ее величины зависит размер фондов предприятия;

- прибыль – источник материального стимулирования трудового коллектива;
- прибыль выступает источником образования имущества, капитала;
- прибыль является источником трудовых и социальных льгот для работников предприятия.

Источники образования прибыли в рыночной экономике многочисленны, они связаны между собой и выделить их чистое содержание сложно. В большинстве случаев получение прибыли – результат реализации товара и услуги, основанный на привлечении труда и капитала. Кроме того, источниками образования прибыли являются предпринимательская способность, внедрение различных инноваций, достижение оптимальных объемов деятельности, способность к риску, стечение благоприятных обстоятельств. Доказано, что прибыль предприятия возрастает при экономии постоянных издержек (эффект производственного или операционного рычага), а также прибыль растет до тех пор, пока процентная ставка по банковским кредитам будет ниже рентабельности вложенного капитала (эффект финансового рычага).

Прибыль тесно связана с жизненным циклом предприятия. Оценка жизненных циклов предприятия с позиции прибыльности показывает, что она должна за период с «рождения» до «зрелости» обеспечить достижение максимальной прибыли, на стадии «выживания» обеспечить поиск новшеств, способствующих омолаживанию предприятия. [22]

1.2 Виды прибыли

С бухгалтерской точки зрения прибыль состоит из двух составляющих. Первая – это прибыль от основной и других видов деятельности, вторая – потенциальная прибыль (доход от владения ценными бумагами). Разновидностью потенциального дохода выступает чрезвычайный доход, который складывается из дохода от реализации активов и использования сумм от ускоренной амортизации.

В зависимости от метода исчисления в экономической теории и практике различают следующие виды прибыли: экономическую, бухгалтерскую,

реальную, номинальную, максимальную, недополученную, чистую, облагаемую и необлагаемую налогом и др. [7]

Экономическая прибыль – это разность между валовыми доходами и экономическими (явными и неявными) издержками.

Бухгалтерская прибыль тождественна прибыли до налогообложения и прибыли от продаж. С позиций бухгалтерского учета прибыль от продаж определяется вычитанием из валового дохода отчислений в бюджетные фонды, акцизов и издержек. Предприятия питания могут иметь прибыль или убыток от реализации основных фондов, продажи прочих активов, а также внереализованные доходы и расходы.

Прибыль до налогообложения - определяют следующим образом: к прибыли от продаж прибавляют прибыль от реализации основных средств и прочих активов, а также внереализованные доходы и вычитают убытки от реализации основных средств и прочих активов, внереализованные расходы.

К доходам от внереализованных операций относятся доходы, полученные на территории республики и за ее пределами от долевого участия в деятельности других предприятий; присужденные или признанные должником штрафы, пени, неустойки и другие виды санкций за нарушение условий хозяйственных договоров; доходы по возмещению причиненных убытков; прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году; положительные курсовые разницы по валютным счетам, а также операциям в иностранной валюте; поступление долгов ранее списанных как безнадежные; кредиторская и депонентская задолженность, по которой истекли сроки давности; проценты по депозитам; другие доходы от операций, не связанные с производством продукции и услуг.

Расходы от внереализованных операций включают в себя судебные издержки и арбитражные расходы; экономические санкции, уплачиваемые предприятием за нарушение условий хозяйственных договоров; расходы по возмещению причиненных убытков; сумму сомнительных долгов по расчетам с другими предприятиями, а также отдельными лицами, подлежащими резервированию в соответствии с законодательством; убытки от списания дебиторской

задолженности, по которой срок исковой давности истек, и других долгов нереальных для взыскания; убытки по операциям прошлых лет, выявленные в текущем году; потери от стихийных бедствий, убытки в результате аварий, пожаров и других экстремальных условий; отрицательные курсовые разницы по валютным счетам, операциям валюте, а также расходы, связанные с продажей и покупкой валюты.

Совокупность прибыли от продаж, операционной и внереализационной прибыли формируют прибыль до налогообложения (рисунок 1.1).

Прибыль до налогообложения		
Прибыль от продаж	Операционная прибыль	Внереализационная прибыль

Рисунок 1.1 – Формирование прибыли до налогообложения

В отечественной и зарубежной практике исчисляют чистую прибыль. Она представляет собой прибыль после вычета налогов, но до ее распределения на дивиденды и отчисления в резервные фонды.

Чистая прибыль – это разность между прибылью до налогообложения и налогами, уплачиваемыми предприятием из балансовой прибыли (на недвижимость, прибыль, доходы), экономическими санкциями и отчислениями. Чистую прибыль предприятие и использует самостоятельно.

Облагаемая налогом прибыль - прибыль, подлежащая налогообложению по установленной ставке. Она рассчитывается исходя из прибыли до налогообложения. При этом облагаемая налогом прибыль уменьшается на прибыль полученную от дивидендов и приравненных к ним доходов, облагаемых налогом на доход. Прибыль от дивидендов и приравненных к ним доходов определяется как разность между полученными дивидендами и приравненными к ним доходами и налогом на доходы. Облагаемая налогом прибыль также уменьшается на сумму исчисленного налога на недвижимость за основные фонды.

Кроме того, налогооблагаемая прибыль уменьшается на прибыль, фактически используемую на мероприятия по ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций природного техногенного характера, прибыль, фактически использованную на проведение природоохранных и противопожарных мероприятий, мероприятий по гражданской обороне, научно-исследовательских работ; суммы прибыли, направленные на финансирование капитальных вложений производственного и непроизводственного назначения (в том числе эксплуатационного строительства), а также на погашение кредитов банков, полученных и использованных на эти цели.

На рисунке 1.2 показано формирование прибыли до налогообложения и чистой прибыли предприятия питания.

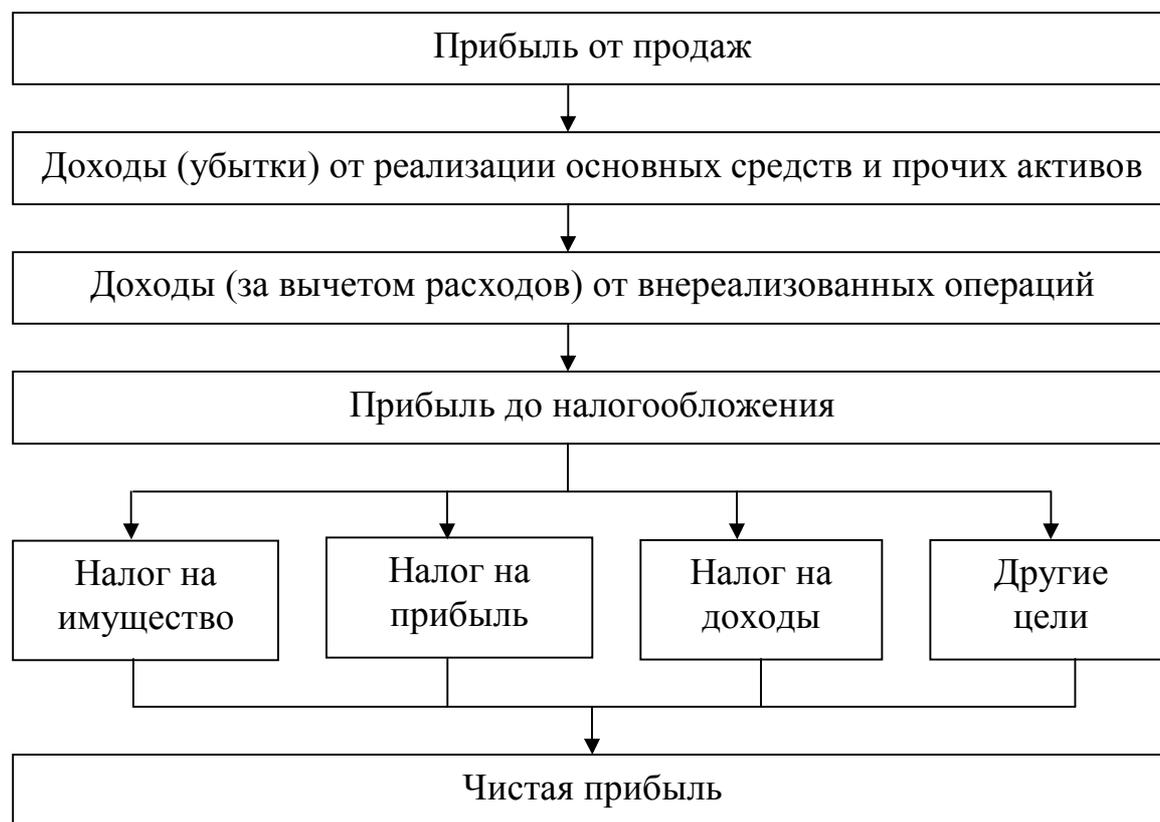


Рисунок 1.2 – Формирование прибыли до налогообложения и чистой прибыли

Общая сумма льготированной прибыли, используемая на выше перечисленные мероприятия, не может превышать 50% балансовой прибыли. Государство через налоговое законодательство предусматривает и другие льготы по налогообложению.

Номинальная прибыль фактически полученный ее размер.

Реальная прибыль - это номинальная прибыль, скорректированная с учетом инфляции.

Минимальной прибылью, считается такая прибыль, которая после уплаты налогов обеспечивает предприятию минимальный уровень рентабельности на вложенный капитал, равный среднему проценту ставки банков по депозитам, сложившийся за исследуемый период и рассчитывается по формуле (1.1)

$$(1.1) \quad \Pi_{\text{мин}} = \frac{K \cdot \text{УР}_{\text{мин}}}{100 - C_{\text{н}}},$$

где K - вложенный капитал, руб.;

$\text{УР}_{\text{мин}}$ - минимальный уровень рентабельности, %;

$C_{\text{н}}$ - удельный вес налогов в балансовой прибыли, %.

Под *нормальной прибылью* понимается минимальное вознаграждение предпринимателя, удерживающие его в выбранной им сфере деятельности. Если получаемая прибыль меньше нормальной, то капитал и предприниматель устремляются в другую сферу. Бегство капиталов из низкорентабельной отрасли в дальнейшем приведет к росту ее прибыльности, если спрос на данные услуги и товары постоянен, и тогда самый меньший по массе капитал может получить нормальную прибыль. Если же предприниматель в данной отрасли деятельности получает более высокую, чем нормальная, прибыль, то в эту отрасль устремляется дополнительный капитал из других отраслей и тем самым уровень прибыли снизится до нормального. *Недополученная прибыль* - прибыль, которую могло бы получить предприятие при более выгодном использовании ресурсов.

В зарубежной практике также применяется для определения прибыли показатель «поток наличности», который определяется путем прибавления к чистой прибыли амортизационных отчислений.

1.3 Анализ прибыли и рентабельности предприятия

Прибыль от продаж отличается от прибыли, заключенной в товарной продукции, так как продажа продукции редко совпадает с величиной выпуска продукции. Чрезмерное скопление товара на складах, увеличение количества отгруженных товаров – все это может понизить размер реализации по сравнению с размером выпуска продукции.

Задачи анализа прибыли предприятия и источники информации. Основные задачи анализа прибыли предприятия состоят в оценке динамики показателей прибыли и, рентабельности за анализируемый период, в изучении источников и структуры балансовой прибыли, в выявлении резервов повышения балансовой прибыли предприятия и чистой прибыли, расходуемой на выплату дивидендов, в определении потенциала повышения различных показателей рентабельности.

Представление об эффективности работы предприятия дает финансовая отчетность. Это совокупность определенных форм отчетности, составленных на основе данных бухгалтерского (финансового) учета. Финансовая отчетность позволяет оценить имущественное состояние, финансовую устойчивость, платежеспособность фирмы и другие результаты, необходимые для обоснования многих решений (например, о целесообразности предоставления или продления кредита, о надежности деловых связей).

По данным отчетности определяются потребности в финансовых ресурсах, оценивается эффективность структуры капитала, делаются прогнозы финансовых результатов. Решаются и другие задачи, связанные с управлением финансовыми ресурсами и финансовой деятельностью.

Все предприятия независимо от форм собственности предоставляют: «Баланс предприятия» (форма № 1), «Отчет о прибыли и убытках» (форма № 2), «Справка к отчету о прибылях и убытках», «Приложение к балансу предприятия» (форма № 5).

Факторы, влияющие на величину прибыли. Для углубленного анализа прибыли целесообразно производить группировку факторов, влияющих на размер прибыли. К группе *внешних факторов* относятся:

- природные условия (климатические), транспортные и другие факторы, вызывающие дополнительные затраты у одних промышленных предприятий и обуславливающие дополнительную прибыль у других;
- изменения в установленном порядке (не предусмотренные планом предприятия) оптовых цен на продукцию, потребляемое сырье, топливо, покупные полуфабрикаты, тарифов на услуги и перевозки, торговых скидок, накидок, норм амортизационных отчислений, ставок заработной платы, начислений на нее и ставок налогов и других сборов, выплачиваемых предприятиями; объема и состава покупных комплектующих изделий;
- нарушение поставщиками, снабженческо-сбытовыми, вышестоящими хозяйственными, плановыми, финансовыми, банковскими и другими органами государственной дисциплины по хозяйственным вопросам, затрагивающим интересы предприятия.

В группе *внутренних факторов* следует различать:

- *основные факторы*, определяющие результаты работы в соответствии с принципами ведения хозяйства;
- *побочные факторы* и факторы связанные с нарушением государственной дисциплины со стороны рассматриваемого предприятия.

К *побочным факторам*, влияющим на величину полученной прибыли от реализации продукции, относятся структурные сдвиги в составе выпускаемых изделий. Факторами, связанными с нарушением государственной дисциплины, являются:

- нарушение действующего порядка установления и применения цен, реализация изделий, несоответствующая требованиям стандартов, по оптовым ценам полноценной продукции;
- экономия, полученная в результате невыполнения необходимых мероприятий по охране труда, улучшению условий труда и технике безопасности, невыполнение плана текущего ремонта основных производственных фондов, не использования средств по подготовке и повышению квалификации кадров, не проведение мероприятий по испытаниям и освоению новой техники и т.д. [1]

Анализ прибыли от операционной и внереализационной деятельности предприятия. Выполнение плана прибыли в значительной степени зависит от финансовых результатов деятельности, не связанных с реализацией продукции. Это, прежде всего операционные и внереализационные доходы и расходы.

К операционным доходам относятся проценты к получению по облигациям, депозитам, по государственным ценным бумагам, доходы от участия в других организациях, доходы от реализации основных средств и иных активов и т.п.

Операционные расходы включают выплату процентов по облигациям, акциям, за предоставление организации в пользование денежных средств (кредитов, займов). Сюда относятся также расходы организации по содержанию законсервированных производственных мощностей и объектов, мобилизационных мощностей, расходы, связанные с аннулированием производственных заказов (договоров), прекращением производства, не давшего продукции, расходы, связанные с обслуживанием ценных бумаг (оплата консультационных и посреднических услуг, депозитарных услуг и т.п.). Кроме того, в составе прочих операционных расходов отражаются суммы причитающихся к уплате отдельных видов налогов и сборов за счет финансовых результатов в соответствии с установленным законодательством порядком.

Внереализационные доходы и расходы - это безвозмездно полученные (переданные) активы; прибыль (убытки) прошлых лет, выявленные в отчетном году; курсовые разницы по операциям в иностранной валюте; полученные и выплаченные пени, штрафы и неустойки; убытки от списания безнадежной дебиторской задолженности, по которой истекли сроки исковой давности; убытки от стихийных бедствий и т.д. В процессе анализа изучаются состав, динамика, выполнение плана и факторы изменения суммы полученных убытков и прибыли по каждому конкретному случаю

Основными видами ценных бумаг являются акции, облигации внутренних государственных и местных займов, облигации субъектов хозяйствования (акционерных обществ, коммерческих банков), депозитные сертификаты, казначейские, банковские и коммерческие векселя и др.

Доход держателя акций складывается из суммы дивиденда и прироста капитала, вложенного в акции вследствие роста их цены. Сумма дивиденда зависит от количества акций и уровня дивиденда на одну акцию. В процессе анализа изучается динамика дивидендов, курса акций, чистой прибыли, приходящейся на одну акцию, устанавливаются темпы их роста или снижения.

Доход от других ценных бумаг (облигаций, депозитных сертификатов, векселей) зависит от их количества, стоимости и уровня процентных ставок.

В процессе анализа изучают динамику и структуру доходов по каждому виду ценных бумаг, определяют влияние факторов на изменение их величины .

Величина прибыли (убытка) от реализации основных средств и прочих материальных активов зависит от количества проданного имущества, его балансовой стоимости и цены реализации. При этом нужно учитывать не только прямой финансовый результат, но и эффект от ускорения оборачиваемости капитала.

Убытки от выплаты штрафов возникают в связи с нарушением отдельными службами договоров с другими предприятиями, организациями и учреждениями. При анализе устанавливаются причины невыполнения обязательств, принимаются меры для предотвращения допущенных нарушений.

Изменение суммы полученных штрафов может произойти не только в результате нарушения договорных обязательств поставщиками и подрядчиками, но и по причине ослабления претензионной работы со стороны предприятия в отношении их. Поэтому при анализе данного показателя следует проверить, во всех ли случаях нарушения договорных обязательств поставщикам были предъявлены соответствующие санкции.

Убытки от списания не востребовавшей дебиторской задолженности возникают обычно на тех предприятиях, где постановка учета и контроля за состоянием расчетов находится на низком уровне, а также по причине банкротства клиентов. Прибыли (убытки) прошлых лет, выявленные в текущем году, также свидетельствуют о недостатках бухгалтерского учета.

В заключение анализа разрабатываются конкретные мероприятия, направленные на предупреждение и сокращение убытков и потерь от внереализационных операций и увеличение прибыли от долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений. [9]

Анализ показателей рентабельности предприятия. Если предприятие получает прибыль, оно считается рентабельным. Показатели рентабельности, применяемые в экономических расчетах, характеризуют относительную прибыльность. Рентабельность - это относительный показатель эффективности производства, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования ресурсов.

Показатели рентабельности можно подразделить на следующие основные группы (таблица 1.1).

Таблица 1.1 - Показатели рентабельности

Показатели рентабельности	Формулы расчета	Назначение
1) Рентабельность отдельных видов продукции, всей товарной продукции и производства	$\frac{\text{Прибыль в расчете на ед-цу продукции} \cdot 100\%}{\text{Себестоимость единицы продукции}}$ $\frac{\text{Прибыль в расчете на товарный выпуск} \cdot 100\%}{\text{Себестоимость товарной продукции}}$ $\frac{\text{Балансовая (чистая) прибыль} \cdot 100\%}{\text{Сумма ОПФ и материальных оборотных средств}}$	Характеризует прибыльность различных видов продукции, всей товарной продукции и рентабельность (доходность) предприятия. Служит основанием для установления цены
2) Рентабельность реализации (продаж)	$\frac{\text{Прибыль от продажи продукции} \cdot 100\%}{\text{Выручка от реализации}}$ $\frac{\text{Прибыль до налогообложения (чистая прибыль)} \cdot 100\%}{\text{Чистая выручка от реализации продукции} + \text{Доходы от прочей реализации и вне-реализационных операций}}$	Показывает, какой процент прибыли получает предприятие с каждого рубля реализации. Служит основанием для выбора номенклатуры выпускаемой продукции
3) Рентабельность активов (капитала)	$\frac{\text{Прибыль} \cdot 100\%}{\text{Совокупные активы}}$ $\frac{\text{Прибыль} \cdot 100\%}{\text{Прибыль}}$	Эти комплексные показатели характеризуют отдачу, которая приходится на 1 руб.

4) Рентабельность текущих активов	Текущие активы $\frac{\text{Прибыль} \cdot 100\%}{\text{Чистые активы}}$	соответствующих активов. Отражает эффективность вложенных в предприятие денежных средств
5) Рентабельность чистых активов		
6) Рентабельность собственного капитала	$\frac{\text{Чистая прибыль} \cdot 100\%}{\text{Собственный капитал}}$	Характеризует прибыль, которая приходится на 1 руб. собственного капитала после уплаты процентов за кредит и налогов. Характеризует отдачу или доходность собственных средств

В основе построения коэффициентов рентабельности лежит отношение прибыли (чаще всего в расчет показателей рентабельности включают чистую прибыль) или к затраченным средствам, или к выручке от реализации, или к активам предприятия. Таким образом, коэффициенты рентабельности показывают степень эффективности деятельности компании. Они более полно, чем прибыль, отражают окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Их используют для оценки деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

На основе анализа необходимо выявить резерв увеличения прибыли и повышения рентабельности предприятия. Размер прибыли может возрасти за счет увеличения объема реализации и уменьшения остатков нерезализованной продукции. На повышение рентабельности предприятия влияет также ликвидация сверхнормативных запасов нормируемых оборотных средств.

Показатель общей рентабельности характеризует насколько рационально и эффективно используются основные фонды и оборотные средства предприятия. При анализе предприятия необходимо определить не только показатель эффективности использования производственных фондов в виде прибыли с 1 руб. фондов, но и рентабельность производства всей товарной продукции по предприятию в целом, а также рентабельность отдельных видов реализуемой продукции. Поэтому дальнейший анализ включает определение указанных показателей. [9]

Уровень рентабельности производства всей товарной продукции представляет собой отношение прибыли от реализации (или производства) ее к полной себестоимости реализованной (или производства) товарной продукции. На уровень рентабельности товарного выпуска продукции влияют изменения номенклатуры и сдвиги в структуре ассортимента продукции.

При анализе рентабельности продукции необходимо изучать не только прибыльность всей товарной продукции, но и отдельных ее видов. Такой анализ важен для разработки мероприятий, обеспечивающих рентабельность всех видов продукции, а также необходим при калькулировании и определении уровня цен на отдельные виды продукции.

Уровень рентабельности каждого вида продукции определяется так же, как и рентабельность всей товарной продукции. Уровень рентабельности реализованной продукции определяется отношением прибыли от реализации к полной себестоимости реализованной продукции.

Анализ рентабельности включает обязательное исследование рентабельности за ряд лет. Необходимо выяснить, какова была рентабельность в предыдущем году, какая рентабельность предусмотрена в следующем, за отчетным годом и в перспективном плане предприятия.

В заключение анализа общей рентабельности производства наряду с общей оценкой состояния и движения уровня общей рентабельности указываются основные причины ее изменения по сравнению с аналогичным показателем в предшествующем периоде, а также намечаются мероприятия по росту рентабельности.

Анализ расчетной рентабельности начинается с изучения отклонения от достигнутого уровня и установления причин отклонений. На отклонение фактического уровня расчетной рентабельности от ее базиса влияют в основном два фактора:

- 1) изменение суммы основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств;
- 2) изменение суммы расчетной прибыли.

1.4 Анализ распределения и использования прибыли

Распределение прибыли понимается как порядок ее накопления, определяемый законодательством. Распределение прибыли основано на соблюдении 3-х основных принципов:

- 1) выполнение обязательств перед государственным бюджетом;
- 2) обеспечение материальной заинтересованности работников в достижении наивысших результатов при наименьших затратах;
- 3) накопление собственного капитала.

В условиях рыночной экономики значительная часть прибыли изымается в виде налогов (38-45% валовой прибыли), которые государство использует на пополнение доходов бюджета.

Российское законодательство предоставляет предприятиям любой организационно-правовой формы собственности право оперативно маневрировать поступающей в их распоряжение прибылью после уплаты налоговых платежей в бюджет.

Законом РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций» предусмотрено право предприятий направлять часть валовой прибыли на финансирование капитальных вложений производственного и социального назначения, а также на погашение кредитов банков, полученных на эти цели. Это позволяет уменьшить фактическую сумму налога на прибыль, исчисленную без учета этой льготы, не более чем в два раза. Но если предприятие использует эти кредиты не по целевому назначению, то полученная от их использования прибыль, подлежит налогообложению в установленном порядке.

Одно из направлений распределения прибыли – погашение государственного целевого кредита, полученного из целевого внебюджетного фонда для пополнения оборотных средств. Целевой кредит представляется на основании погашения между финансовыми органами и акционерными обществами (с долей государства в уставном капитале с долей 50%), приватизированными предприятиями не зависимо от организационно-правовой формы. Погашение

просроченного целевого кредита и уплата процентов по нему осуществляются за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

Еще одним направлением распределения прибыли являются отчисления в резервный фонд. В России резервный фонд создается и пополняется за счет прибыли только в акционерных обществах и обществах с ограниченной ответственностью. В резервный фонд можно направлять не более 50% прибыли, подлежащей налогообложению. Средства этого фонда имеют целевое назначение – покрытие не предвиденных потерь, компенсация риска, других расходов, возникающих в процессе хозяйственной деятельности предприятия. Его существование определяет возможность выплаты дивидендов по акциям в случае недостатка чистой прибыли.

На предприятии могут создаваться фонды специального назначения, которые аккумулируют значительную часть прибыли, зарезервированную или направленную на образование источников финансирования затрат на создание нового имущества предприятия производственного значения и социальной инфраструктуры, а также на нужды социального развития (кроме капиталовложений), на материальное поощрения работников. Фонды специального назначения четко разграничивают средства, направленные предприятием на производственное развитие и на потребительские нужды. В связи с этим образуются две самостоятельные группы фондов – фонды накопления и потребления. К фондам специального назначения относится фонд социальной сферы.

Фонд потребления на предприятии торговли формируется для удовлетворения его текущих потребностей. Источником средств фонда накопления является чистая прибыль. Однако, направляя значительную долю чистой прибыли на текущие потребности, предприятие снижает темпы экономического роста и, следовательно, ограничивает возможности будущего потребления. Прибыль, направленная на инвестирование (капиталовложения), способствуют экономическому росту, что увеличивает возможности будущего потребления. Если суммы уставного капитала и фонда накопления превышают сумму

полученной прибыли, то можно говорить об устойчивости средств, направленных на развитие предприятия. Уравнение этих сумм свидетельствует о предкризисном состоянии предприятия.

Итак, в общем виде прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия торговли, распределяется на фонды накопления и фонды потребления. Эти фонды различаются по принадлежности к собственникам. Фонды потребления акционерного предприятия находятся в собственности трудового коллектива предприятия, а фонды накопления – в собственности акционеров, учредителей. Поэтому, фонды потребления не могут быть отнесены к капиталу предприятия ибо различия капитала и фондов состоит в том, что капитал образуется в результате накопления имущества, а фонды накопления – в результате распределения чистой прибыли.

Разность между совокупной прибылью по всем видам деятельности предприятия и ее используемой частью за отчетный период представляют собой нераспределенную прибыль.

Нераспределенная прибыль – показатель, характеризующий экономический рост предприятия на основе собственных средств. В составе этой прибыли одна часть характеризует накопленную прибыль, вторая часть представляет собой свободную прибыль, то есть прибыль, которая никуда не направлена. Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, не может быть полностью отнесена к собственному капиталу. На самом деле все фонды потребления, а также такие накопления, как вложения в социальную сферу, не относятся к собственному капиталу. Они представляют собой не капитал предприятия в чистом виде, а по сути то, что предприятие отдало трудовому коллективу на его социальные нужды.

По экономическому содержанию фонды – это чистая прибыль отчетного года, либо прошлых лет, распределенная по фондам для ее целевого использования – на приобретение новой техники (фонд накопления), на мероприятия социальной направленности (фонд социальной сферы), на материальные поощрения (фонд потребления) и прочие нужды.

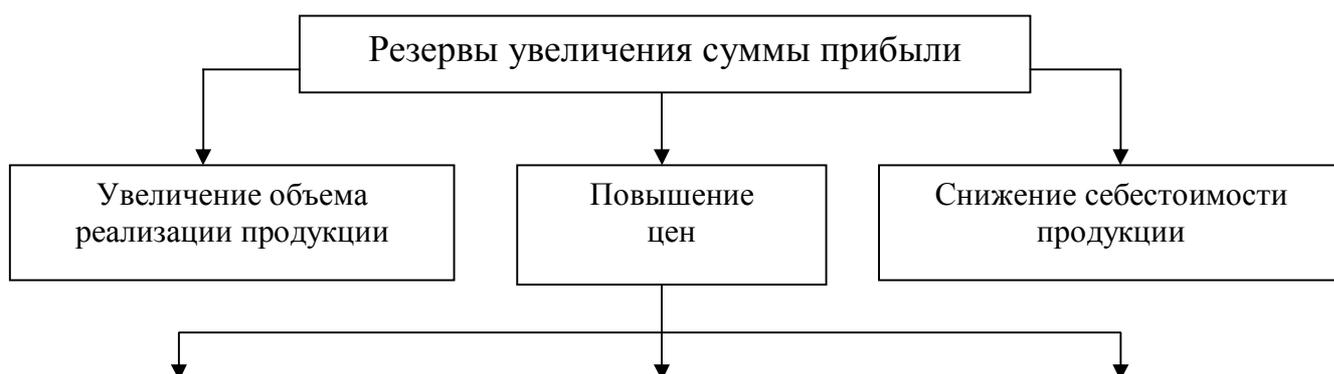
Совет учредителей имеет право направлять средства фондов на покрытие убытков, перераспределять средства фондов между ними, направлять часть средств на увеличение уставного капитала и финансирование других мероприятий.

Все сказанное выше о создании фондов характерно для более и менее крупных предприятий, где распределение прибыли по фондам происходит в соответствии с учредительными документами, предусматривающими суммы отчислений. Порядок формирования и расходования средств фондов предприятие определяет самостоятельно и закрепляет в уставе и приказе об учетной политике. Такой метод использования прибыли получил название фондовый метод.

Бесфондовый метод используется в основном малыми предприятиями. На таких предприятиях обычно формируется резервный фонд, отчисления в который могут повлиять на налогооблагаемую прибыль за счет возможных льгот по налогу на эти отчисления.

1.5 Резервы увеличения прибыли на предприятиях

Важным этапом аналитической работы является выявление резервов увеличения прибыли и рентабельности. Резервы увеличения суммы прибыли определяются по каждому виду продукции. Основными их источниками являются увеличение объема реализации продукции, снижение ее себестоимости, повышение качества товарной продукции, реализация ее на более выгодных рынках сбыта и т.д. Блок-схема источников резервов увеличения прибыли от продаж представлена на рисунке 1.3.



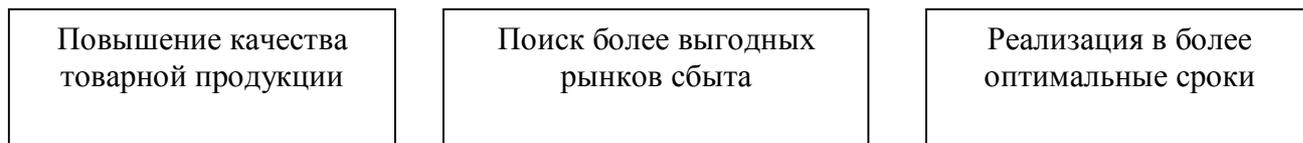


Рисунок 1.3 - Блок-схема источников резервов увеличения прибыли от продаж

Основными источниками увеличения прибыли являются:

- увеличение объема реализованной продукции;
- повышение цен;
- снижение себестоимости;
- повышение качества.

Для определения резервов роста прибыли за счет роста объема реализации необходимо выявить резерв роста объема продукции, умножить его на фактическую прибыль в расчете на единицу продукции соответствующего вида.

Для выявления резервов увеличения прибыли *за счет уменьшения себестоимости* продукции, работ и услуг необходимо резерв снижения себестоимости каждого вида продукции умножить на возможный объем реализации продукции (учетом резервов его роста).

Для определения резервов роста прибыли *за счет повышения качества продукции* необходимо изменение удельного веса каждого сорта (категории) умножить на отпускную цену соответствующего сорта. Результаты просуммировать. Полученное изменение средней цены умножается на возможный объем реализации продукции.

В заключение анализа необходимо обобщить все выявленные резервы роста прибыли и разработать конкретные мероприятия по освоению выявленных резервов и система осуществления мониторинга. [38]

Итак, прибыль, известнейшая с давних времен категория, получила новое содержание в условиях современного экономического развития страны, формирования реальной самостоятельности субъектов хозяйствования. Однако, сам размер прибыли не может охарактеризовать эффективность использования предприятием своих ресурсов, поэтому одним из основных показателей

характеризующих эффективность работы предприятия является рентабельность. Рентабельность, в общем смысле, характеризует целесообразность затраченных ресурсов в отношении к вновь приобретенным (прибыли) ресурсам.

В целом, суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности характеризуются финансовые результаты предприятия. Эти два показателя являются целью любого предприятия и важнейшими объектами экономического анализа.

2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «КРАСНОГОРСКОЕ»

2.1 Общие сведения о компании

ООО «Красногорское» - это современный завод по производству и розливу чистой природной питьевой воды, который осуществляет свою деятельность с 2008 года как преемник компании «Родники Кузбасса», созданной в 2006 году в рамках национального проекта «Здоровье» по инициативе губернатора Кемеровской области А. Г. Тулеева в соответствии с целевой программой «Чистая вода».

Место государственной регистрации ООО «Красногорское»: 650066, Российская Федерация, Кемеровская область, г. Кемерово, пр. Октябрьский, д.53/2, офис 209. Целью работы компании является эффективная коммерческая деятельность, обеспечивающая получение прибыли от:

- 1) производства минеральных вод и других безалкогольных напитков;
- 2) сбора и очистки воды;
- 3) розничной и оптовой торговли безалкогольными напитками.

Этот современный завод располагается за пределами городской и промышленной зоны. На заводе используется высокотехнологичное американское оборудование «STEELHEAD, INC» (США). Именно здесь впервые в Кузбассе в процессе водоподготовки задействован метод нанофльтрации. Это ультрасовременная технология, которая позволяет очищать воду на молекулярном уровне без использования химических реагентов.

Основные направления производства:

- чистая природная питьевая вода «Родники Кузбасса» и «Танай»
- природная лечебно-столовая минеральная вода «Березово-Ярская»

Природная вода добывается из скважин глубиной более 100 метров. Перед бутелированием проходит уникальную многоступенчатую систему очистки.

Первоначально вода подвергается аэрации, во время которой происходит активное насыщение воды кислородом. Затем, механическая очистка, которая производится с помощью песчаных и угольных фильтров. На следующем этапе вода обрабатывается ультрафиолетом. Следующий этап очистки - нанофильтрация. Это наиболее совершенная, наукоемкая система водоподготовки на сегодняшний день. Собственно нанофильтры очищают воду на молекулярном уровне, делая её структуру сбалансированной и оптимальной для регулярного потребления. Последняя стадия подготовки - озонирование. Использование озона позволяет дополнительно обогащать воду кислородом.

В результате, после прохождения всех этапов очистки получается вода, по составу и органолептическим свойствам не имеющая аналогов в Кузбассе. На завершающей стадии производства чистая природная питьевая вода высокого качества разливается в 19-литровые бутылки и укупоривается фирменной пробкой с защитным колпачком, который дополнительно защищает воду от неблагоприятного внешнего воздействия.

Ежегодно продукция компании удостоивается высоких наград региональных и федеральных конкурсов и выставок. Так, в 2006 году продукция компании была удостоена Золотой медали международного профессионального конкурса пива, безалкогольных напитков и минеральных вод в г. Москве, а в 2009 году по результатам заключения независимой экспертной комиссии дегустационного конкурса «Живая вода России», проводимого в г. Кисловодске, компания получила Гран-при конкурса.

2.2 Правовой статус и структура компании

ООО «Красногорское» зарегистрировано в качестве юридического лица 17 августа 2007 года (ОГРН 1074223004778). Уставной капитал общества согласно учредительным документам составляет 21000 руб. и в размере 100% сформирован физическими лицами. Доли в уставном капитале оплачены полностью. Дочерних и зависимых обществ предприятие не имеет. В соответствии с учредительными документами основной вид деятельности

предприятия - производство минеральных вод и других безалкогольных напитков.

Руководство предприятием осуществляет Генеральный директор - Якров Сергей Иванович. В 2012 году среднесписочная численность работающих в компании составила 68 человек.

Высшим органом управления общества с ограниченной ответственностью «Красногорское» является Общее собрание его участников или назначаемых ими полномочных представителей. Общее собрание собирается не реже 1 раза в полугодие. К исключительной компетенции собрания участников относится:

- 1) определение основных направлений деятельности Общества, утверждение его планов и отчетов об их выполнении;
- 2) внесение изменений и дополнений в Устав;
- 3) назначение и отзыв в установленном порядке ревизионной комиссии;
- 4) создание, реорганизация и ликвидация в установленном порядке филиалов, представительств, утверждение соответствующих Положений о них;
- 5) решение вопросов об изменении уставного капитала;
- 6) оценка вкладов участников, вносимых в натуральной форме (в том числе в форме передачи прав на интеллектуальную собственность);
- 7) установление размера, форм и порядка внесения участниками дополнительных взносов;
- 8) решение вопроса о приобретении Обществом доли участника в имуществе; ответственности членов директората Общества;
- 9) исключение и приём участников;
- 10) принятие решения о прекращении деятельности Общества, назначение ликвидационной комиссии и утверждение ликвидационного баланса;
- 11) решение вопроса по поводу учреждения Обществом (или участия в учреждении) различных фондов, обществ, совместных предприятий и т.п.;
- 12) назначение и освобождение от должности директора общества;
- 13) утверждение годовых отчётов, балансов, распределение прибыли.

Предприятие самостоятельно определяет систему бухгалтерского учёта, которая включает рабочий План счетов бухучёта, регистры бухучёта, состав и виды применяемых форм первичных учетных документов, систему документооборота и другие учетные процедуры, необходимые для ведения текущего бухгалтерского учета, которые утверждаются приказом об учетной политике предприятия. Бухгалтерский учет предприятия осуществляется на базе программного обеспечения.

Организационная структура ООО «Красногорское», отражающая распределение целей и задач управления между подразделениями и работниками предприятия, представлена в упрощенном виде на рисунке 2.1.

Общее руководство ООО «Красногорское» осуществляет генеральный директор. Он является доверенным лицом коллектива предприятия и имеет право распоряжаться всеми средствами предприятия, его имуществом и заключать необходимые договоры. Он решает самостоятельно все вопросы деятельности предприятия, без особой на то доверенности действует от имени завода, представляет его интересы во всех отечественных предприятиях, фирмах и организациях. Издает приказы и распоряжения, обязательные к исполнению всеми работниками предприятия. Несет полную ответственность за деятельность завода. Выдает доверенности, открывает в банках счета, пользуется правом распоряжения средствами.

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, а также финансовых, расчетных и кредитных операций.

Бухгалтерия ведет учет хозяйственных операций и финансовых результатов деятельности предприятия, осуществляет контроль за использованием материальных ресурсов и денежных средств.

Начальник производства организует выполнение плана, контролирует поступление сырья, анализирует производственную деятельность цеха, отвечает за качество выпускаемой продукции. Осуществляет руководство производственно-хозяйственной деятельностью предприятия, направляет деятельность трудового коллектива на обеспечение ритмичного выпуска

продукции собственного производства, проводит работу по совершенствованию организации производственного процесса и внедрению прогрессивных технологий.

Главный инженер является первым заместителем генерального директора и руководит работой энергетической службы, отделов по охране труда и материально-техническому обеспечению. В его обязанности входит работа над совершенствованием техники и технологии и научной организации труда. Определяет техническую политику предприятия. Обеспечивает постоянное повышение уровня технической подготовки производства. 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.

Специалист по кадрам 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. Принимает трудящихся по вопросам найма, увольнения, перевода, контролирует расстановку и правильность использования работников в подразделениях предприятия. Обеспечивает прием, размещение и расстановку молодых специалистов и молодых рабочих в соответствии с полученной в учебном заведении профессией и специальностью.

Заместитель генерального директора по экономике и финансам осуществляет руководство и управление финансовыми ресурсами предприятия. Разрабатывает предложения, направленные на повышение производительности труда и эффективности производства, снижение себестоимости, обеспечение правильных соотношений темпов роста производительности труда и заработной платы. Проводит работу по организации и совершенствованию планирования экономических показателей деятельности предприятия, по достижению высокого уровня их обоснованности, созданию и улучшению нормативной базы планирования.

Технолог организует разработку и внедрение экономически обоснованных ресурсосберегающих технологий, принимает меры по ускорению освоения в производстве новейших технологических процессов и материалов, а также меры по повышению технико-экономической эффективности производства, руководит составлением планов внедрения новой техники и технологии.

Специалист материально-технического обеспечения снабжает предприятие всеми необходимыми для его деятельности материальными ресурсами, организует подготовку заключения договоров с поставщиками, согласование условий и сроков поставок, изучает оперативную маркетинговую информацию и рекламные материалы о предложениях магазинов.

2.3 Ассортимент продукции компании

Продукция компании:

- 1) природная питьевая вода («Родники Кузбасса» и «Танай»);
- 2) природная минеральная вода («Березово-Ярская»);
- 3) безалкогольные напитки;
- 4) оборудование и аксессуары.

Чистая природная питьевая вода «Родники Кузбасса» и «Танай». Питьевая вода «Родники Кузбасса» - добывается из артезианской скважины «Куро-Искитимского» месторождения с глубины более 100 метров. Артезианская вода проходит цикл очистки с применением современной высокоэффективной технологии и оборудования, что позволяет производить питьевую воду высочайшей степени очистки с сохранением природных вкусовых качеств.

«Родники Кузбасса» физиологически полноценная, идеально сбалансированная природная вода, содержащая растворенные естественным образом минеральные вещества, в количестве необходимом нашему организму каждый день. Баланс солей в питьевой воде оптимален для её ежедневного употребления, как для взрослых, так и для детей. Она идеально подходит для приготовления пищи и употребления в сыром виде.

Качество воды прошедшей очистку по микробиологическим и санитарно-химическим показателям полностью соответствует требованию СанПиН 2.1.4.1074-01 для воды первой категории. Пройдя все этапы подготовки, питьевая вода высокого качества разливается в 19-литровые бутылки и укупоривается фирменной пробкой с защитным колпачком, что исключает возможность фальсификации продукции и дополнительно защищает воду от неблагоприятного внешнего воздействия. Употребляя чистую, артезианскую питьевую воду в течение всего дня, человек оказывает неоценимую поддержку своему организму.

Ассортиментный перечень чистой природной питьевой воды «Родники Кузбасса» и «Танай», производимой компанией ООО «Красногорское», представлен в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Ассортимент чистой природной питьевой воды

«Родники Кузбасса» и «Танай»

Наименование	Объем	Цена, руб.	Характеристика
1. «Родники Кузбасса»	18,9 л.	150	природная питьевая вода первой категории
2. «Родники Кузбасса»	18,9 л.	160	природная питьевая вода высшей категории
3. «Танай-обогащенный» негазированный	1 упаковка - 4 бутылки по 5 л.	184	природная питьевая вода, обогащенная йодом и фтором
4. «Танай-обогащенный»	18,9 л.	180	
5. «Танай» газированный	1 упаковка - 6 бутылок по 1,5 л	132	газированная питьевая вода
6. «Танай» газированный	1 упаковка - 12 бутылок по 0,5 л	180	
7. «Танай» негазированный	1 упаковка - 4 бутылки по 5 л	160	природная питьевая вода
8. «Танай» негазированный	1 упаковка - 12 бутылок по 0,5 л	180	артезианская питьевая вода негазированная
9. «Танай» негазированный	1 упаковка - 6 бутылок по 1,5 л	132	

Природная питьевая вода «Танай» и «Танай обогащенный» добывается в экологически чистом районе Кемеровской области из артезианской скважины с глубины более 100 метров, что исключает попадание в нее грунтовых вод и

других веществ, ухудшающих качество питьевой воды. Вода проходит многоступенчатую систему очистки, в том числе с применением нано-фильтров и разливается в наиболее удобные 5 и 19-литровые бутылки.

Питьевая вода «Танай обогащенный» это уникальная артезианская питьевая вода, которая содержит природный состав селена и обогащена йодом и фтором. Благодаря особому сочетанию этих микроэлементов эта вода очень полезна, имеет приятный вкус и подходит для всех возрастов. Входящие в её состав микроэлементы благотворно влияют на здоровье человека, предотвращая развитие целого ряда заболеваний. Селен способствует защите клеток организма от преждевременного старения и поэтому его называют «микроэлемент долголетия». Фтор повышает устойчивость зубов к кариесу и укрепляет костную ткань. Йод предотвращает заболевания щитовидной железы, способствует улучшению психологического и физического состояния, улучшает умственное и физическое развитие детей, снижает воздействие радиации, повышает общий иммунитет. Питьевая вода «Танай» рекомендуется для употребления в сыром виде без кипячения для профилактики йод и фтордефицита. Употребляя чистую питьевую воду «Танай» в течение всего дня, человек оказывает неоценимую поддержку своему организму, помогая ему восполнять жизненно важные ресурсы.

Природная лечебно-столовая минеральная вода «Березово-Ярская».

Производство лечебно-столовой природной минеральной воды «Березово-Ярская» началось с 2009 года. Подземное минеральное озеро в Крапивинском районе было обнаружено более 15 лет назад в ходе геологоразведочных работ, которые проводились в поисках угля и нефти. Это месторождение находится в одной из экологически чистых зон Сибири. Подобных месторождений в России - единицы. Территорию вокруг скважины окружают три пояса санитарной охраны. Название месторождению и воде дали геологи, ориентируясь на старые карты, сохранившие указание на деревню Березово-Ярская.

В соответствии с Классификацией минеральных вод Минздрава РФ (ГОСТ 13273-88) вода из скважины № 110-бис «Березово-Ярская» наиболее близка по

своему составу к XXII группе, то есть Крымскому типу минеральных вод, которые, как и Кавказские минеральные воды, давно известны своими целебными свойствами. Российский научный центр восстановительной медицины и курортологии Минздрава РФ дал высокую оценку питьевым качествам воды «Березово-Ярская», рекомендовав её при лечении заболеваний органов пищеварения, эндокринной системы, желчевыводящих и мочевыводящих путей, расстройствах питания и нарушениях обмена веществ. Ассортиментный перечень минеральной воды «Березово-Ярская», производимой компанией ООО «Красногорское», представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Ассортимент минеральной воды «Березово-Ярская»

Наименование	Объем	Цена, руб.	Характеристика
1. «Березово-Ярская» газированная	1 упаковка - 6 бутылок по 1,5 л	132	лечебно-столовая минеральная вода
2. «Березово-Ярская» газированная	1 упаковка - 12 бутылок по 0,5 л	180	лечебно-столовая минеральная вода

Минеральная вода «Березово-Ярская» относится к слабоминерализованным лечебно-столовым водам хлоридно-гидрокарбонатно натриевого состава с общей минерализацией 1,7 - 4,4 г/дм³. Относительно невысокая степень минерализации позволяет использовать минеральную воду не только в лечебных целях, но и каждый день как тонизирующее и общеукрепляющее средство.

По химическим показателям лечебно-столовая минеральная питьевая вода «Березово-Ярская» соответствует требованиям, указанным в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Химический состав лечебно-столовой минеральной воды «Березово-Ярская»

Основные анионы	мг/л	Основные катионы	мг/л
Сульфат-ионы	< 25	Кальций - ионы	< 25
Гидрокарбонат-ионы	900 - 1900	Натрий+калий-ионы	600-1200
Хлорид-ионы	200-1200	Магний-ионы	< 25

Минеральная вода рекомендована «Российским научным центром восстановительной медицины и курортологии Минздрава РФ» работникам

горнодобывающих и металлургических предприятий для восполнения потерь жидкости и минеральных солей. Так же минеральная вода «Березово-Ярская» может применяться для профилактики таких заболеваний как:

- болезни органов пищеварения: рефлюкс-эзофагит, хронический гастрит, язвенная болезнь желудка и 12-перстной кишки;
- болезни кишечника, печени, желчного пузыря, желчевыводящих путей, поджелудочной железы, мочевыводящих путей;
- болезни эндокринной системы, расстройства питания и нарушение обмена веществ: сахарный диабет (инсулинзависимый и инсулиннезависимый), нарушения толерантности к глюкозе, ожирение (алиментарное), нарушение обмена липопротеидов, нарушение солевого обмена.

Безалкогольные напитки. На сегодняшний день ООО «Красногорское» производит 6 наименований безалкогольных газированных напитков. Продукция производится в ПЭТ-бутылках емкостью 1,5 литра. Напитки пользуются довольно высоким спросом, поскольку являются хорошего качества и продается по умеренной цене. Ассортимент выпускаемых безалкогольных газированных напитков, представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Ассортимент сладких безалкогольных газированных напитков

Наименование	Объем	Цена, руб.
1. «Лимонад»	1 упаковка - 6 бутылок по 1,5 л	150
2. «Тархун»		
3. «Дюшес»		
4. «Крем-сода»		
5. «Кола»		
6. «Колокольчик»		

Оборудование и аксессуары. Кроме природной питьевой вода «Родники Кузбасса» и «Танай», природной минеральной воды «Березово-Ярская» и сладких безалкогольных газированных напитков, ООО «Красногорское» реализует оборудование и аксессуары для воды различных марок и конфигураций (таблица 2.5).

Таблица 2.5 - Оборудование и аксессуары для воды

Наименование	Цена, руб.	Характеристика
1. Помпа механическая для подачи воды «EcoTronic» (производитель: Китай)	550	Изготовлена из высококачественного пластика. Работает по принципу механического насоса, выдавая воду порционно при каждом нажатии. Удобна, проста и надежна в обращении
2. Напольный кулер для воды Aqua Work 16LDE (производитель: Китай)	5800	Вес -18 кг. Габариты - 310(ш)х310 (д)х960(в) мм. Мощность охлаждения - 70 Вт. Производительность по холодной воде -2 л/ч при t 15 С. Охлаждение - электронное. Мощность нагрева - 500 Вт. Производительность по горячей воде - 5 л/ч при t 90 С. Цвет - черный, белый, металлик, синий.

Продолжение таблицы 2.5

Наименование	Цена, руб.	Характеристика
3. Настольный диспенсер для воды Aqua Work 721 (производитель: Китай)	3200	Вес -3,2 кг. Габариты - 320(ш)х320 (д)х410(в) мм. Производительность по холодной воде -0,7 л/ч при t 15 С. Охлаждение - электронное. Мощность нагрева - 500 Вт. Производительность по горячей воде - 5 л/ч при t 90 С. Цвет - белый.
4. Помпа механическая «Аквик»	300	Помпа механическая «Аквик» с тремя сменными насадками для бутылей 5, 12, и 19 литров.
5. Кулер для воды Aqua Work 16-TD/E синий (производитель: Китай)	3500	Настольный диспенсер для воды. Модель MYL-16-TD/E. Напряжение / частота - 220-240 В / 50 Гц. Цвет - серебристый, синий. Нагревание. Мощность нагрева - 500 Вт. Температура горячей воды ≥ 90 °С. Производительность не менее 5л/ч. Охлаждение электронное. Мощность охлаждения - 68 Вт. Температура холодной воды ≤ 12 °С. Производительность не менее 0,7 л/ч. Нажатие краников кружкой. Вес - 3 кг. Габариты - 330х340х550.
6. Кулер для воды Aqua Work 720-T (производитель: Китай)	2000	Настольный кулер без охлаждения. Модель MYL-720-T. Напряжение / частота - 220-240 В / 50 Гц. Цвет - белый. Нагревание. Мощность нагрева - 500 Вт. Температура горячей воды ≥ 90 °С. Производительность не менее 5 л/ч. Нажатие краников кружкой. Вес – 1,9 кг. Габариты - 315х285х385.
7. Кулер для воды Aqua Work SLR76 (производитель: Китай)	11000	Напольный кулер для воды с холодильником. Модель SLR-76. Напряжение / частота - 220-240 В / 50 Гц. Цвет - серебристый, красный. Нагревание. Мощность нагрева - 550 Вт. Температура горячей воды $\geq 85-90$ °С. Производительность не менее 5 л/ч. Охлаждение компрессорное. Мощность охлаждения - 90-95 Вт. Температура холодной воды ≤ 10 °С. Производительность не менее 0,2 л/ч. Нажатие краников кнопками. Вес - 17 кг. Габариты - 345х320х1030. Холодильник встроенный емкостью 17 литров.

8. Кулер Aqua Work V745C (производитель: Китай)	6200	Напольный кулер для воды. Модель YLR-1-5-V745C. Напряжение / частота - 220-240В / 50 Гц. Цвет - серебристый. Нагревание. Мощность нагрева - 500 Вт. Температура горячей воды ≥ 92 °С. Производительность не менее 5 л/ч. Охлаждение электронное. Мощность охлаждения - 72 Вт. Температура холодной воды ≤ 14 °С. Производительность не менее 1 л/ч. Нажатие краников кнопками. Вес - 7 кг. Габариты - 325x320x925. Шкафчик встроенный емкостью 17 литров.
9. Помпа механическая для подачи воды «Алтай» (производитель: Турция)	400	Изготовлена из высококачественного пластика. Работает по принципу механического насоса, выдавая воду порционно при каждом нажатии. Удобна, проста и надежна в обращении

Окончание таблицы 2.5

Наименование	Цена, руб.	Характеристика
10. Кулер для воды Lesoto 162 LD (производитель: Китай)	5500	Напольный кулер для воды. Модель 162 LD. Цвет - белый с золотой вставкой. Мощность нагрева - 500 Вт. Производительность по горячей воде - 5 л/ч при t 90 С. Охлаждение электронное. Мощность охлаждения - 68 Вт. Производительность по холодной воде - 1,5 л/ч при t 15 С. Тип кранов - нажим кружкой. Вес - 10 кг. Габариты - 310(ш)*310 (д)*960(в) мм.
11. Кулер для воды Lesoto 16 L/E (производитель: Китай)	7000	Напольный кулер для воды. Модель 16 L/E. Цвет - silver-black, silver-blue. Мощность нагрева - 500 Вт. Производительность по горячей воде - 5 л/ч при t 90 С. Охлаждение компрессорное. Мощность охлаждения - 112 Вт. Производительность по холодной воде - 2 л/ч при t 12 С. Тип кранов - нажим кружкой. Вес - 13 кг. Габариты - 320(ш)*340 (д)*960(в) мм.
12. Кулер для воды AquaWork V745B-VLED (производитель: Китай)	10000	Напольный кулер для воды с холодильником. Модель V745B-VLED. Цвет - серебристый. Мощность нагрева - 500 Вт. Производительность по горячей воде - 5 л/ч при t 90 С. Охлаждение компрессорное. Мощность охлаждения - 100 Вт. Производительность по холодной воде - 2 л/ч при t 12 С. Тип кранов - нажим кнопками. Вес - 18 кг. Габариты - 320(ш)*330 (д)*930(в) мм. Холодильник встроенный, емкостью 11 литров.
13. Стаканодержатель магнитный	500	Стаканодержатель к кулерам для воды на 50 стаканов. Корпус выполнен из высококачественного поликарбоната, благодаря чему достигается высокая степень прозрачности. В комплекте: стаканодержатель и магнитный держатель-пластина.

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

В условиях рыночной экономики технико-экономический анализ и анализ финансового положения предприятия являются важнейшей исходной предпосылкой для подготовки и обоснования управленческих решений. Основной задачей анализа состояния предприятия является системное, комплексное изучение его производственно-хозяйственной и финансовой деятельности с целью объективной оценки достигнутых результатов и установления реальных путей дальнейшего повышения эффективности и качества работы.

В современных условиях деятельность хозяйственного субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. Для того чтобы обеспечивать выживаемость предприятия в современных условиях управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовые состояния, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов. Проведем краткий анализ производственно-хозяйственной деятельности и финансового состояния ООО «Красногорское». Основные технико-экономические показатели деятельности ООО «Красногорское» за период с 2013 по 2015 годы представлены в таблице 2.6, из которой видно, что за три года объем реализованной продукции в денежном выражении сокращается, несмотря на постоянный рост цен на выпускаемую продукцию. Главным фактором ее сокращения за период является снижение натурального объема выпуска, что свидетельствует о снижении эффективности деятельности предприятия.

Себестоимость продукции за три года снижается, что также обусловлено падением объемов выпуска продукции.

Рост коммерческих расходов предприятия на 3% в 2014 году был вызван увеличением затрат на тару и упаковочные материалы, а также расходами на участие в выставках - ярмарках, конкурсах и т.п. В отчетном году данная статья расходов на предприятии отсутствует.

Отрицательная динамика прибыли от продаж за три года объясняется более быстрыми темпами снижения выручки от продажи продукции (84%) по сравнению с темпами снижения себестоимости продукции (95,3%).

Хотя в течение всего периода производство продукции и является рентабельным, однако значение этого показателя уменьшается с каждым годом, причиной чего является снижение прибыли от продаж. В связи с этим, одной из главных задач для руководства предприятия является снижение затрат на производство и реализацию продукции. Кроме этого заводу необходимо активизировать маркетинговую деятельность, что позволит повысить спрос на его продукцию, а, следовательно, и объемы продаж.

Динамику ключевых показателей деятельности предприятия за анализируемый период отражает рисунок 2.2. Аналогичная тенденция прослеживается в динамике чистой прибыли предприятия.

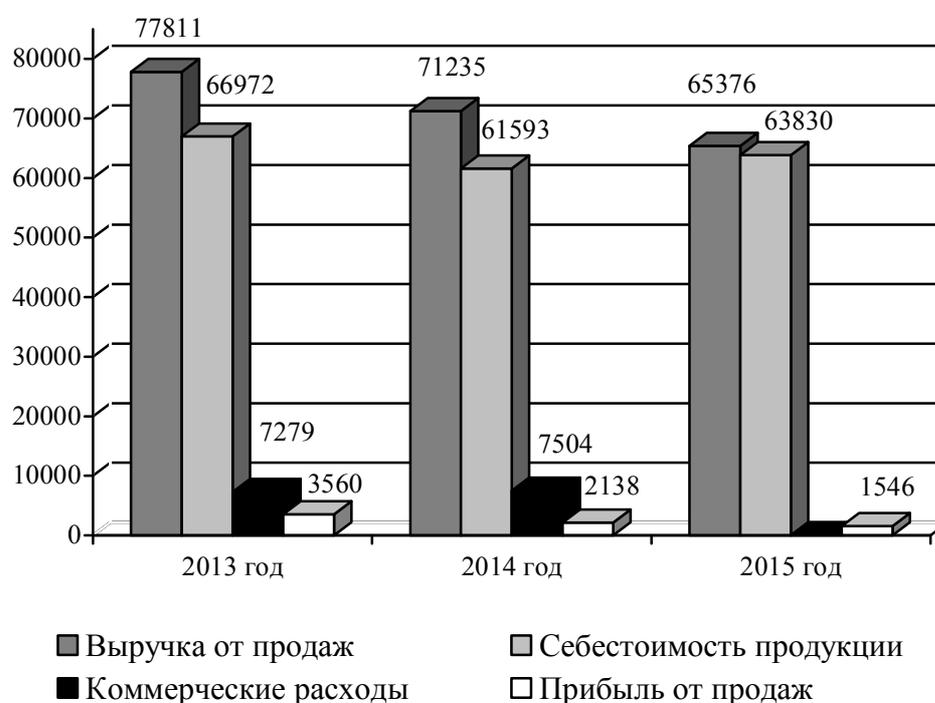


Рисунок 2.2 - Динамика основных показателей деятельности предприятия (тыс. руб.)

При анализе среднесписочной численности ППП наблюдается ее незначительный прирост. На конец 2015 года на предприятии работало 68 человек, что на 4 человека или 6,3% больше, чем в 2013 году.

Выработка показывает, сколько выручки приходится на одного работника. Рассчитывается как отношение выручки от продажи к среднесписочной численности работников:

$$BP = V / Ч, \quad (2.1)$$

где $ВР$ - выработка одного работника, тыс. руб.;

V - выручка от продажи продукции, тыс. руб.;

$\bar{Ч}$ - среднесписочная численность работников, чел.

Расчёт выработки одного работника промышленно - производственного персонала по годам представлен ниже:

2013 год: $ВР_{ППП} = 107303 / 64 = 1677$ тыс. руб.;

2014 год: $ВР_{ППП} = 80852 / 67 = 1207$ тыс. руб.;

2015 год: $ВР_{ППП} = 65376 / 68 = 961$ тыс. руб.

Снижение объемов выпускаемой продукции привело к сокращению выработки работника. С 2013 по 2015 годы выработка одного работника снизилась на 716 тыс. руб. или 42,7%. Фонд оплаты труда ППП за три года увеличился на 11,3% и составил на конец анализируемого периода 14395 тыс. руб.

Анализируя среднюю заработную плату в месяц, наблюдается ее увеличение по всем годам анализируемого периода. У промышленно-производственного персонала:

- в 2014 году по сравнению с 2013 годом - на 366 руб. или 2,2%;
- в 2015 году по сравнению с 2014 годом - на 435 руб. или 2,5%;
- в 2015 году по сравнению с 2013 годом - на 801 тыс. руб. или 4,8%.

Анализ соотношения между изменением средней заработной платы и производительности труда свидетельствует о неэффективной политике в области труда и заработной платы на предприятии, т.к. сокращение производительности труда (выработки) сопровождается одновременным приростом средней заработной платы работника. Это свидетельствует о нерациональном соотношении между мерой труда и мерой потребления на предприятии, которое привело к увеличению затрат на производство продукции и снижению ее рентабельности.

Среднегодовая стоимость собственного капитала по годам анализируемого периода увеличивается:

- в 2014 году по сравнению с 2013 годом - на 3356 тыс. руб. или 23,0%;
- в 2015 году по сравнению с 2014 годом - на 3409 тыс. руб. или 19,0%;

- в 2015 году по сравнению с 2013 годом - на 6765 тыс. руб. или 46,4%.

Аналогичная ситуация прослеживается в динамике среднегодовой стоимости внеоборотных активов. На конец 2015 года данный показатель составил 58561 тыс. руб., что на 116,2% и 195% больше, чем в 2014 и в 2013 годах соответственно. Причем увеличение внеоборотных активов предприятия произошло за счет обновления основных фондов и строительства новых складов для хранения готовой продукции и тары. В течение всего анализируемого периода величина собственного капитала не превышает сумму внеоборотных активов, причем разрыв увеличивается с каждым годом, что позволяет сделать вывод о высокой зависимости предприятия от заемных источников финансирования.

Среднегодовая стоимость основных фондов за анализируемый период возросла на 203% и составила 53493 тыс. рублей, как и стоимость их активной части, которая составила 45789 тыс. рублей на конец 2015 года. Увеличение активной части основных фондов следует рассматривать как положительный момент для предприятия и свидетельствующий об улучшении его производственно-технической базы в течение анализируемого периода.

В динамике оборотных средств наблюдается их значительный прирост - на 49,4% за три года. В структуре оборотных средств наибольший удельный вес занимает дебиторская задолженность, что характеризует отвлечение части текущих активов на кредитование потребителей продукции.

Фондоотдача показывает, сколько продукции произведено в расчете на один рубль основных производственных фондов.

$$\text{ФО} = V / \overline{\text{ОПФ}}, \quad (2.2)$$

где ФО - фондоотдача, руб.;

V - выручка от продажи продукции, тыс. руб.;

$\overline{\text{ОПФ}}$ - среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.

Фондоотдача основных фондов равна:

2013 год: $\text{ФО} = 77811 / 17654 = 4,4$ руб.;

2014 год: $\text{ФО} = 71235 / 26497 = 2,7$ руб.;

2015 год: $\Phi O = 65376 / 53493 = 1,2$ руб.

Фондоотдача основных фондов на анализируемом предприятии за три года уменьшилась на 3,2 руб. или 72,7% и составила на конец 2015 года 1,2 руб.

Фондовооруженность работника ППП показывает, сколько основных производственных фондов по стоимости приходится на одного работающего. Фондовооруженность находится в прямопропорциональной зависимости от стоимости ОПФ. Рассчитывается по формуле (2.3).

$$\Phi \text{Воор} = \text{ОПФ} / \overline{\text{Ч}_{\text{ППП}}}, \quad (2.3)$$

где $\Phi \text{Воор}$ - фондовооруженность, тыс. руб. / чел.;

$\overline{\text{ОПФ}}$ - среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб.;

$\overline{\text{Ч}_{\text{ППП}}}$ - среднесписочная численность работников ППП, чел.

Фондовооружённость 1 работника ППП по годам равна:

2013 год: $\Phi \text{Воор} = 17654 / 64 = 276$ тыс. руб./чел.;

2014 год: $\Phi \text{Воор} = 26497 / 67 = 395$ тыс. руб./чел.;

2015 год: $\Phi \text{Воор} = 53493 / 68 = 787$ тыс. руб./чел.

За три года фондовооруженность увеличилась на 511 тыс. руб./чел. или 185,1%.

Такой прирост показателя связан с превышением темпа роста среднегодовой стоимости основных производственных фондов над темпом роста среднесписочной численности ППП.

Коэффициент независимости показывает, какая часть деятельности предприятия финансируется за счет собственных средств, а какая - за счет заемных средств. Считается нормальным соотношение «60/40», т.е. на 60% должно осуществляться финансирование за счет собственных средств предприятия, а на 40% - за счет заёмных средств. Рассчитывается как отношение среднегодовой стоимости собственного капитала к сумме среднегодовой стоимости внеоборотных активов и оборотных средств по формуле (2.4).

$$K_n = \overline{\text{СК}} / (\overline{\text{ВОА}} + \overline{\text{ОС}}), \quad (2.4)$$

где K_n – коэффициент независимости;

$\overline{\text{СК}}$ - среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. руб.;

$\overline{\text{ВОА}}$ - среднегодовая стоимость внеоборотных активов, тыс. руб.;

$\overline{\text{ОС}}$ - среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.

Коэффициент независимости равен:

2013 год: $K_n = 14567 / (19854 + 22689) = 0,342$;

2014 год: $K_n = 17923 / (27089 + 27059) = 0,331$;

2015 год: $K_n = 21332 / (58561 + 33896) = 0,231$.

Приведенные расчеты свидетельствуют о том, что у предприятия на начало анализируемого периода коэффициент независимости был равен 34%, а на конец периода он уменьшился до 23%, т.е. предприятие за три года уменьшило финансирование своей деятельности за счет собственных средств на 11%. Привлеченные заемные средства на конец 2015 года составили 77%, что значительно выше нормы.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами показывает наличие собственных средств у предприятия, необходимых для его финансовой устойчивости. Рассчитывается как отношение разницы среднегодовой стоимости собственного капитала и внеоборотных активов к среднегодовой стоимости оборотных средств по формуле (2.5).

$$K_{\text{осс}} = (\overline{\text{СК}} - \overline{\text{ВОА}}) / \overline{\text{ОС}}, \quad (2.5)$$

где $K_{\text{осс}}$ - коэффициент обеспеченности собственными средствами

(нормативное значение 0,1);

$\overline{\text{СК}}$ - среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. руб.;

$\overline{\text{ВОА}}$ - среднегодовая стоимость внеоборотных активов, тыс. руб.;

$\overline{\text{ОС}}$ - среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами равен:

2013 год: $K_{\text{осс}} = (14567 - 19854) / 22689 = -0,23$;

2014 год: $K_{\text{осс}} = (17923 - 27089) / 27059 = -0,33$;

2015 год: $K_{\text{осс}} = (21332 - 58561) / 33896 = -1,10$.

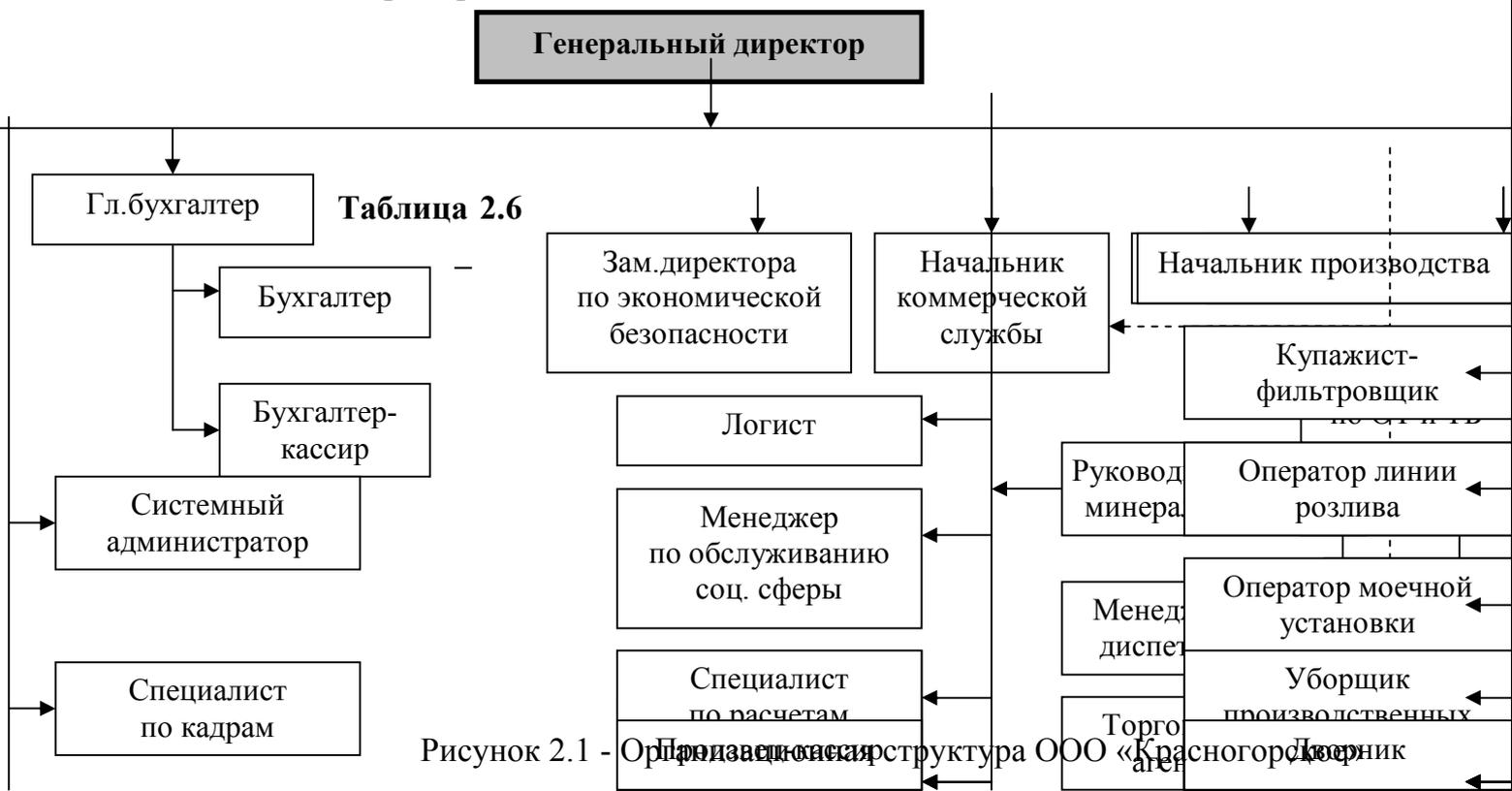
Приведённые расчёты показывают, что предприятие необеспеченно собственными оборотными средствами, так как коэффициент имеет отрицательные значения по всем годам анализируемого периода (при норме \geq

0,1), причиной чего является превышение стоимости внеоборотных активов над суммой собственного капитала.

Коэффициент текущей ликвидности показывает, какую часть текущих обязательств по кредитам и расчётам может погасить предприятие, мобилизовав все оборотные средства. На протяжении всего исследуемого периода значение коэффициента текущей ликвидности ниже нормы. Это свидетельствует о том, что предприятие имеет проблемы с краткосрочной платежеспособностью, т.е. не всегда в состоянии полностью и в срок погасить свои обязательства.

Расчёты коэффициента текущей ликвидности показали, что ни в одном из анализируемых периодов он не удовлетворял нормативному значению, т.е. был меньше 2. Поэтому необходимо рассчитывать коэффициент восстановления платежеспособности за период, равный 6 месяцам. Значения рассчитанного коэффициента восстановления платежеспособности показали, что у завода в первом полугодии 2016 года не было возможности восстановить свою платежеспособность, поскольку значения коэффициента значительно ниже нормы (1).

Итак, во второй главе данной работы была рассмотрена организационно-экономическая характеристика ООО «Красногорское», а именно, приведены краткие сведения о его деятельности, организационная структура, ассортимент выпускаемых и реализуемых изделий, а также рассчитаны и проанализированы технико-экономические показатели производственно - хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия за период с 2013 по 2015 годы. В целом, наиболее финансово благополучным для предприятия по совокупности показателей был 2013 год. В 2015 году эффективность деятельности предприятия снизилась.



Основные показатели ПХД и финансового состояния ООО «Красногорское»

Показатели	Ед. изм.	2013 год	2014 год	2015 год	Темп роста, %		
					2014 г. 2013 г.	2015 г. 2014 г.	2015 г. 2013 г.
1. Выручка от продажи продукции	тыс. руб.	77811	71235	65376	91,5	91,8	84,09
2. Себестоимость продукции	тыс. руб.	66972	61593	63830	92,0	103,6	95,3
3. Коммерческие расходы	тыс. руб.	7279	7504	-	103,1	-	-
4. Прибыль от продаж	тыс. руб.	3560	2138	1546	60,1	72,3	43,4
5. Рентабельность продукции	%	5,32	3,47	2,42	65,3	69,8	45,6
6. Чистая прибыль	тыс. руб.	2328	1915	515	82,3	26,9	22,1
7. Среднесписочная численность ППП	чел.	64	67	68	104,7	101,5	106,3
8. Выработка одного работника ППП	тыс. руб.	1677	1207	961	72,0	79,6	57,3
9. Фонд заработной платы ППП	тыс. руб.	12933	13834	14395	107,0	104,1	111,3
10. Среднемесячная заработная плата работника	руб.	16840	17206	17641	102,2	102,5	104,8
11. Стоимость собственного капитала	тыс. руб.	14567	17923	21332	123,0	119,0	146,4
12. Стоимость внеоборотных активов	тыс. руб.	19854	27089	58561	136,4	216,2	295,0
13. Стоимость основных фондов	тыс. руб.	17654	26497	53493	150,1	201,9	303,0
14. Стоимость оборотных средств	тыс. руб.	22689	27059	33896	119,3	125,3	149,4
15. Фондоотдача основных фондов	руб.	4,4	2,7	1,2	61,4	44,4	27,3
16. Фондовооруженность работника ППП	тыс. руб.	276	395	787	143,1	199,2	285,1
17. Коэффициент независимости	%	53,8	44,1	6,6	82,0	15,0	12,3
18. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-	-0,23	-0,33	-1,1	143,5	333,3	478,3
19. Коэффициент текущей ликвидности	-	1,87	1,19	0,45	63,6	37,8	24,1
20. Коэффициент восстановления платежеспособности	-	0,9	0,43	0,04	47,8	9,3	4,4

3 АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ ООО «КРАСНОГОРСКОЕ»

3.1 Значение и задачи анализа прибыли предприятия

Прибыль - одна из сложных экономических категорий, без глубокого изучения которой невозможен научный подход к решению проблемы повышения эффективности предприятий пищевой промышленности, усиления материальной заинтересованности и ответственности руководителей, менеджеров, работников предприятий в достижении высоких конечных финансовых результатов при наименьших затратах труда и средств. В отрасли имеются практически неисчерпаемые текущие и перспективные резервы роста прибыли.

Цель анализа прибыли - выявление путей, возможностей и резервов ее роста при повышении качества обслуживания потребителей. В процессе анализа дают оценку степени выполнения планов по прибыли и рентабельности, изучают их динамику, влияние факторов на финансовые результаты.

Одной из основных задач анализа является изучение, обобщение и мобилизация резервов их роста, повышения стимулирующей роли доходов и прибыли в результатах хозяйственной и другой деятельности предприятий.

Анализ прибыли предприятия включает в качестве обязательных элементов исследование:

- во-первых, изменений каждого показателя за текущий анализируемый период («горизонтальный анализ»);
- во-вторых, исследование структуры соответствующих показателей и их изменений (что принято называть «вертикальным анализом» показателей);
- в-третьих, изучение хотя бы в самом обобщенном виде динамики изменения показателей финансовых результатов за ряд отчетных периодов (т.е. «трендовый анализ» показателей).

Предприятия реализуют свою продукцию потребителям, получая за нее денежную выручку. Однако это еще не означает получение прибыли.

Предприятие получает прибыль, если выручка превышает себестоимость. Если выручка равна себестоимости, то предприятию удалось лишь возместить затраты на производство и реализацию продукции и прибыль отсутствует. Если затраты превышают выручку, то предприятие получает убыток, т.е. отрицательней финансовый результат, что ставит его в сложное финансовое положение, не исключаящее банкротство.

Анализ каждого слагаемого прибыли предприятия имеет не абстрактный, а вполне конкретный характер, потому что позволяет учредителям и акционерам выбрать значимые направления активизации деятельности предприятия. Другим участникам рыночных отношений анализ прибыли позволяет выработать необходимую стратегию поведения, направленную на минимизацию потерь и финансового риска от вложений в данное предприятие.

Для анализа прибыли ООО «Красногорское» за основу взята методика, построенная на трудах Л. В. Донцовой, Г. В. Савицкой и В. Ф. Протасова, элементы которых изложены в первой главе выпускной квалификационной работы. При проведении анализа используются данные прогнозов, бухгалтерского баланса, «Отчета о финансовых результатах», других отчетных источников информации. Исследуемый период охватывает 2013 - 2015 годы деятельности предприятия.

3.2 Анализ динамики показателей прибыли и рентабельности

В процессе проведения такого анализа изучается масса (величина) совокупной прибыли предприятия за анализируемый период, ее динамика и структура, а также рентабельность активов и продаж. При этом показатели, фактически полученные за отчетный период, сравниваются с аналогичными показателями предыдущих периодов. Наряду с этим, в процессе проведения анализа дается обобщающая оценка рентабельности активов и продаж.

Сведения, необходимые для анализа динамики показателей прибыли предприятия, содержатся в таблице 3.1, из которой видно, что предприятие

является прибыльным на протяжении всего анализируемого периода, однако величина прибыли устойчиво снижается.

За три года прибыль от продаж уменьшилась на 56,6%.

Основной причиной этого является сокращение валовой прибыли и высокие коммерческие расходы предприятия в 2013 - 2014 гг. В свою очередь снижение валовой прибыли обусловлено падением выручки от продаж, вызванным резким сокращением объемов выпускаемой продукции. При этом в течение трех лет затраты на производство и реализацию этой продукции снижались меньшими темпами по сравнению с темпами падения выручки от продаж.

Прибыль до налогообложения сократилась за анализируемый период практически в 5 раз (на 79%), что обусловлено увеличением отрицательного сальдо результатов от прочей внереализационной деятельности, несмотря на положительную динамику сальдо результатов от прочей операционной деятельности. Все это, в свою очередь, привело к сокращению чистой прибыли ООО «Красногорское» на 1813 тыс. руб. или 78% за три года. В результате на начало 2016 года у предприятия отсутствует возможность расширенного воспроизводства и повышения финансовой независимости (рисунки 3.1 и 3.2).

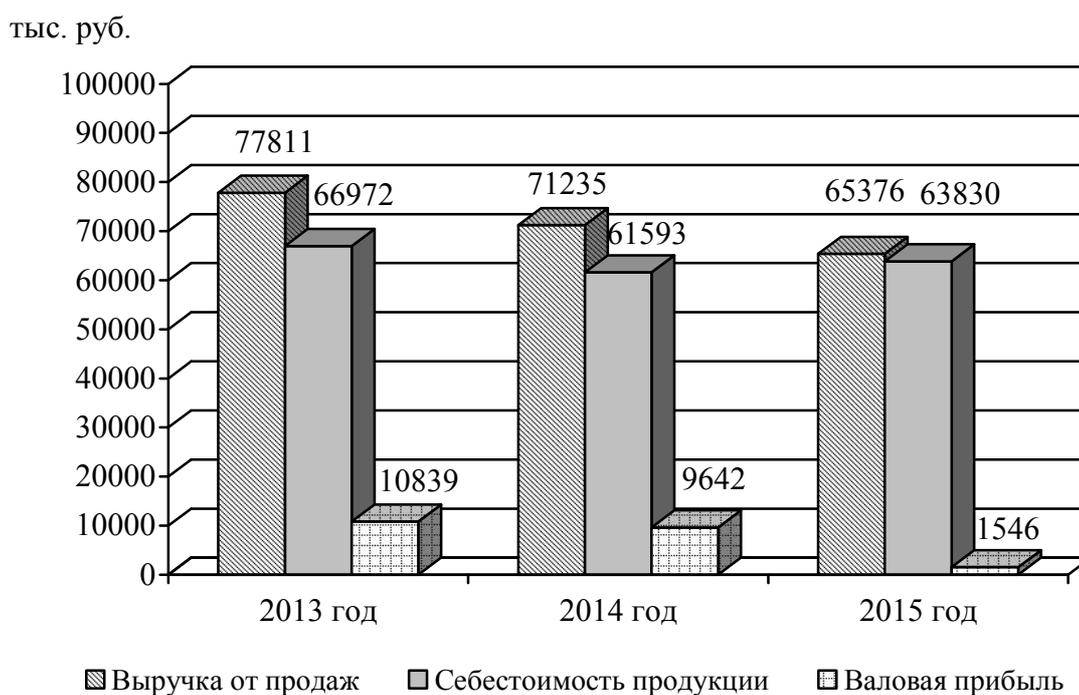


Рисунок 3.1 – Динамика выручки от продаж, себестоимости и валовой прибыли

Расчет показателей рентабельности представлен в таблице 3.2, из которой следует, что рентабельность продаж по валовой прибыли и по прибыли от продаж

в 2015 году оказалась ниже уровня 2013 года, соответственно, на 11,5%_п и 2,2%_п.

тыс. руб.

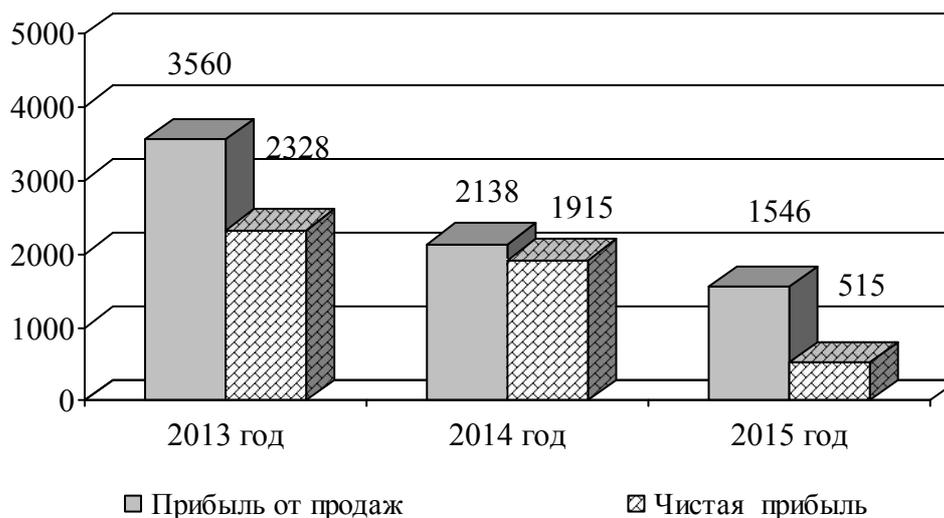


Рисунок 3.2 – Динамика показателей прибыли

Как было отмечено выше, по данным таблицы 3.1 предприятие на 4,7% уменьшает уровень себестоимости продукции, при одновременном сокращении объема выручки от продаж на 16%, что сразу же негативно отразилось на валовой прибыли и прибыли от продаж, а это, в свою очередь, обусловило сокращение показателей рентабельности.

Фактическая величина рентабельности активов, рассчитанная по прибыли до налогообложения также ниже уровня 2013 и 2014 гг. на 5,4%_п и 3,3%_п соответственно.

На отклонение фактической величины рентабельности активов от уровня предыдущих лет в сторону ее снижения оказали влияние два фактора:

- снижение прибыли до налогообложения;
- среднегодовая стоимость активов.

Снижение первого фактора при одновременном наращивании стоимость второго фактора привело к сокращению рентабельности активов. Аналогичным образом, можно объяснить и уменьшение рентабельности активов, рассчитанное по чистой прибыли (рисунок 3.3).

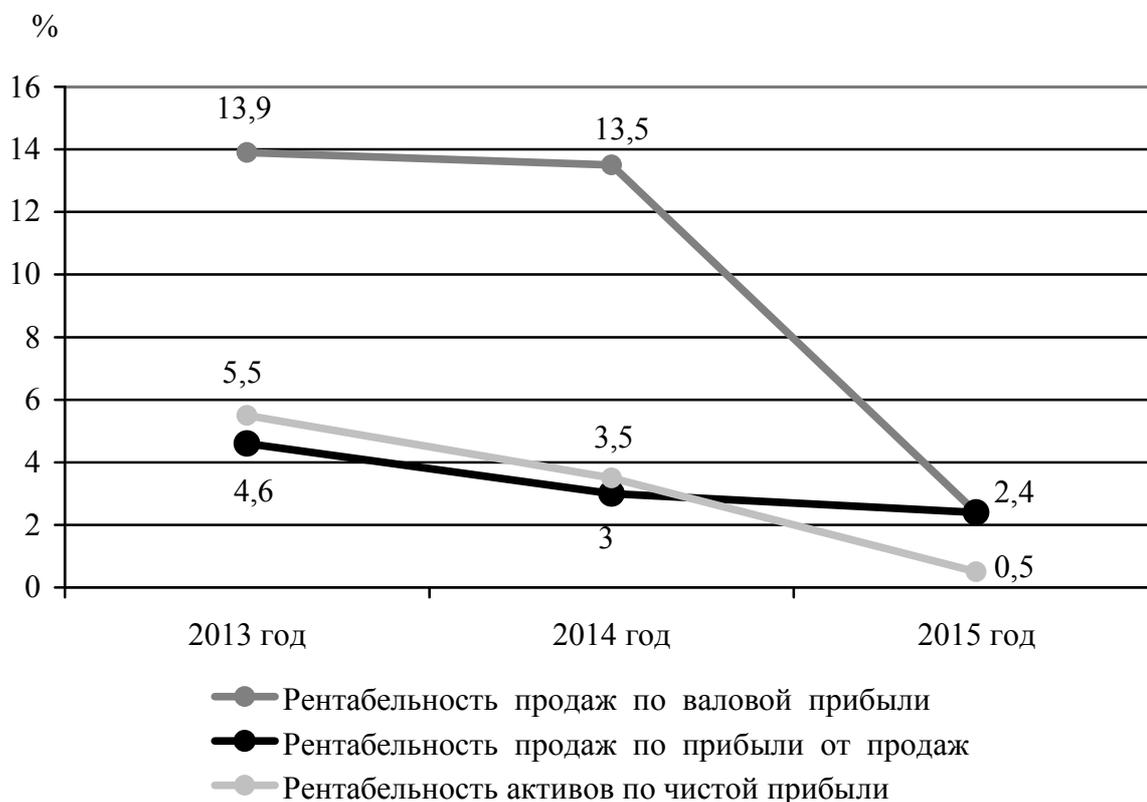


Рисунок 3.3 - Динамика показателей рентабельности

3.3 Анализ влияния факторов на прибыль предприятия

В общей прибыли организации за период, как правило, наибольший удельный вес занимает прибыль от производства и реализации продукции, поэтому оценке данного показателя в экономическом анализе уделяется большое внимание.

Прибыль от продаж определяется как разница между общим объемом товарооборота, издержек производства и обращения, коммерческих и управленческих расходов.

Факторами, влияющими на сумму прибыли от продаж, являются:

- 1) изменение цены реализации продукции;

- 2) изменение себестоимости реализованной продукции;
- 3) изменение величины коммерческих и управленческих расходов;
- 4) изменение объема реализованной продукции;
- 5) изменение структуры ассортимента реализованной продукции.

Факторный анализ прибыли от продаж можно провести на основе данных ООО «Красногорское», полученных из его отчетов о прибылях и убытках за период 2013, 2014 и 2015 годы, которые представлены в таблице 3.1.

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

При проведении факторного анализа необходимо учитывать влияние инфляции. Следовательно, выручка от продажи в отчетном периоде в сопоставимых ценах будет равна:

$$T^1 = T_1 / J_{ц}, \quad (3.1)$$

где T^1 - выручка от продажи в сопоставимых ценах;

T_1 - выручка от продажи в отчетном периоде;

$J_{ц}$ - индекс цены.

Изменение выручки от продажи продукции в отчетном году по сравнению с прошедшим периодом рассчитывается по формуле:

$$\Delta T^ц = T_1 - T_1 / J_{ц} = T_1 - T^1 \quad (3.2)$$

По данным таблицы 2.6 (показатели, рассчитанные в сопоставимых ценах) цены на продукцию предприятия за период с 2013 по 2014 годы возросли в среднем на 21,5%. Тогда индекс цены составит:

$$J_{ц} = (100 + 21,5) / 100 = 1,215$$

Согласно формуле 3.1, общая сумма выручки от продаж в 2014 году в сопоставимых ценах будет равна:

$$T^1 = 71235 / 1,215 = 58630 \text{ тыс. руб.}$$

Следовательно, выручка от продаж в 2014 году по сравнению с 2013 годом (согласно формуле 3.2) увеличилась за счет роста цены на 12605 тыс. руб.

$$\Delta T^ц = 71235 - 58630 = 12605 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta T^{\text{кол-во товара}} = T^1 - T_0 \quad (3.3)$$

$$\Delta T^{\text{кол-во товара}} = 58630 - 77811 = -19181 \text{ тыс. руб.}$$

Уменьшение количества реализуемой продукции привело к снижению выручки от продаж в 2014 году на 19181 тыс. руб., а общее изменение выручки от продаж (-6576 тыс. руб.) получилось как за счет повышения цен на 21,5%, так и за счет сокращения количества продаж. В данном случае качественный фактор - рост цен на продукцию увеличивал выручку, а количественный фактор - сокращение объема продаж - снижал ее, причем влияние последнего фактора на результативный показатель было преобладающим.

По данным таблицы 2.6 цены на продукцию предприятия за период с 2014 по 2015 год возросли в среднем на 13,5 %. Тогда индекс цены составит:

$$J_{ц} = (100 + 13,5) / 100 = 1,135$$

Согласно формуле 3.1, общая сумма выручки от продаж в 2015 году в сопоставимых ценах будет равна:

$$T^1 = 65376 / 1,135 = 57600 \text{ тыс. руб.}$$

Следовательно, выручка от продаж в 2015 году по сравнению с 2014 годом (согласно формуле 3.2) увеличилась за счет роста цены на 7776 тыс. руб.

$$\Delta T^ц = 65376 - 57600 = 7776 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta T^{\text{кол-во товара}} = 57600 - 71235 = - 13635 \text{ тыс. руб.}$$

А сокращение количества реализуемой продукции привело к уменьшению выручки от продаж в 2015 году на 13635 тыс. руб. Следовательно, общее ее снижение (- 5859 тыс. руб.) получилось за счет снижения количества реализуемой продукции. В данном случае негативное влияние количественного фактора перекрыло положительное влияние качественного фактора – роста цен - на результативный показатель.

Из расчётов, представленных выше следует, что в целом за период с 2013 по 2015 годы цены на продукцию возросли в среднем на 35%. Тогда индекс цены составит:

$$J_ц = (100 + 35) / 100 = 1,35$$

Согласно формуле 3.1, общая сумма выручки от продаж в 2015 году в сопоставимых ценах будет равна:

$$T^1 = 65376 / 1,35 = 48427 \text{ тыс. руб.}$$

Следовательно, выручка от продаж в 2015 году в ценах сопоставимых с 2013 годом (согласно формуле 3.2) увеличилась за счет роста цены на 16949 тыс. руб.

$$\Delta T^ц = 65376 - 48427 = 16949 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta T^{\text{кол-во товара}} = 48427 - 77811 = -29384 \text{ тыс. руб.}$$

А сокращение количества реализуемой продукции привело к уменьшению выручки от продаж в 2015 году на 29384 тыс. руб. Общее ее уменьшение (- 12435 тыс. руб.) получилось снова за счет сокращения количества реализуемой продукции. В данном случае опять снижение количественного фактора перекрыло положительное влияние качественного фактора на результирующий показатель.

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

$$\Delta \Pi^{P(\text{ц})} = \Delta T^{\text{ц}} \cdot R^P_0, \quad (3.4)$$

где $\Delta \Pi^{P(\text{ц})}$ - изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «Цена»;

$\Delta T^{\text{ц}}$ - изменение выручки от продажи под влиянием цены;

R^P_0 - рентабельность продаж в базисном периоде.

Используя формулу 3.4 и показатель рентабельности продаж из таблицы 3.2, рассчитанный по прибыли от продаж, определим степень влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от продажи.

За период с 2013 по 2014 годы получим:

$$\Delta \Pi^{P(\text{ц})} = (12605 \cdot 4,6) / 100 = 579,8 \text{ тыс. руб.}$$

То есть прирост цен на продукцию в 2014 году по сравнению с 2013 годом в среднем на 21,5% привел к увеличению суммы прибыли от продажи на 579,8 тыс. руб.

Аналогично за период с 2014 по 2015 годы имеем:

$$\Delta \Pi^{P(C)} = (7776 \cdot 3,0) / 100 = 233,3 \text{ тыс. руб.}$$

Прирост цен на продукцию в 2015 году по сравнению с 2014 годом в среднем на 13,5% привел к увеличению суммы прибыли от продажи на 233,3 тыс. руб.

В целом, за весь анализируемый период получим:

$$\Delta \Pi^{P(C)} = (16949 \cdot 4,6) / 100 = 779,6 \text{ тыс. руб.}$$

То есть прирост цен на продукцию за весь анализируемый период в среднем на 35% привел к увеличению суммы прибыли от продажи на 779,6 тыс. руб.

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

$$\Delta \Pi^{P(K)} = [(T_1 - T_0) - \Delta T^C] \cdot R_0^P / 100, \quad (3.5)$$

где $\Delta \Pi^{P(K)}$ - изменение прибыли от продажи под влиянием фактора «Количество проданной продукции»;

T_1 и T_0 - соответственно выручка от продажи в отчетном и базисном периодах;

ΔT^C - изменение выручки от продажи под влиянием цены;

R_0^P - рентабельность продаж в базисном периоде.

Влияние на сумму прибыли от продажи изменения количества проданной продукции рассчитаем по формуле 3.5.

За период с 2013 по 2014 годы получим:

$$\Delta \Pi^{P(K)} = [(71235 - 77811) - 12605] \cdot 4,6 / 100 = - 882,3 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, влияние получилось отрицательным, т.е. в результате сокращения в 2014 году объема полученной выручки от продаж в сопоставимых ценах сумма прибыли от продажи уменьшилась на 882,3 тыс. руб.

Влияние на сумму прибыли от продажи изменения количества проданной продукции за период с 2014 по 2015 годы составит:

$$\Delta \Pi^{П(К)} = [(65376 - 71235) - 7776] \cdot 3,0 / 100 = -409,1 \text{ тыс. руб.}$$

Влияние получилось снова отрицательным по причине сокращения в 2015 году объема полученной выручки от продаж в сопоставимых ценах. Сумма прибыли от продажи уменьшилась на 409,1 тыс. руб., потому что на выручку помимо цены влияет и количество реализуемой продукции.

В целом, за весь анализируемый период влияние на сумму прибыли от продажи изменения количества проданной продукции составит:

$$\Delta \Pi^{П(К)} = [(65376 - 77811) - 16949] \cdot 4,6 / 100 = -1351,7 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, влияние получилось отрицательным, т.е. в результате сокращения в анализируемом периоде объема полученной выручки от продаж в сопоставимых ценах сумма прибыли от продажи уменьшилась на 1351,7 тыс. руб.

Расчет влияния фактора «Себестоимость продукции». Расчет влияния фактора «Себестоимость продукции» рассчитывается следующим образом:

$$\Delta \Pi^{П(С)} = T_1 \cdot (УС_1 - УС_0) / 100, \quad (3.6)$$

где $УС_1$ и $УС_0$ - соответственно уровни себестоимости продукции в общей

сумме выручки от продаж в отчетном и базисном периодах

В данном случае, при анализе необходимо учесть, что расходы – это факторы обратного влияния по отношению к прибыли.

Таким образом, за период с 2013 по 2014 годы получим:

$$\Delta \Pi^{П(С)} = 71235 \cdot (61593 / 71235 \cdot 100 - 66972 / 77811 \cdot 100) / 100 = 280 \text{ тыс. руб.}$$

Из данных таблицы 3.1 видно, что себестоимость продукции в 2014 году по сравнению с 2013 годом уменьшилась на 5379 тыс. руб., но ее уровень по отношению к выручке от продаж увеличился на 0,4 процентных пункта.

Поэтому, перерасход средств привел к уменьшению суммы прибыли от продажи на 280 тыс. руб.

Аналогично, за период с 2014 по 2015 годы получим:

$\Delta \Pi^{П(С)} = 65376 \cdot (63830 / 65376 \cdot 100 - 61593 / 71235 \cdot 100) / 100 = 7303 \text{ тыс. руб.}$
Из данных таблицы 3.1 видно, что себестоимость продукции в 2015 году по сравнению с 2014 годом выросла на 2237 тыс. руб., а ее уровень по отношению к выручке от продаж увеличился на 11,2 процентных пункта. Такой значительный перерасход средств привел к сокращению суммы прибыли от продажи на 7303 тыс. руб.

В целом, за весь анализируемый период влияние изменения себестоимости проданной продукции на сумму прибыли от продажи составит:

$$\Delta \Pi^{П(С)} = 65376 \cdot (63830 / 65376 \cdot 100 - 66972 / 77811 \cdot 100) / 100 = 7560,7 \text{ тыс. руб.}$$

Из данных таблицы 3.1 видно, что себестоимость продукции за весь анализируемый период хотя и уменьшилась по сумме на 3142 тыс. руб., однако ее уровень по отношению к выручке от продаж увеличился на 11,6 процентных

пункта. Этот перерасход средств вновь привел к уменьшению суммы прибыли от продажи на 7560 тыс. руб.

Расчет влияния фактора «Коммерческие расходы». Для расчета влияния данного фактора используется формула 3.7.

$$\Delta \Pi^{\text{П(КР)}} = T_1 \cdot (\text{УКР}_1 - \text{УКР}_0) / 100, \quad (3.7)$$

где УКР_1 и УКР_0 – соответственно уровни коммерческих расходов в общей сумме

выручки от продаж в отчетном и базисном периодах.

Коммерческие расходы выделялись на предприятии только в период с 2013 по 2014 годы:

$$\Delta \Pi^{\text{П(КР)}} = 71235 \cdot (7504 / 71235 \cdot 100 - 7279 / 77811 \cdot 100) / 100 = 840 \text{ тыс. руб.}$$

То есть увеличение уровня коммерческих расходов в общей сумме выручки от продаж в 2014 году на 1,2 процентных пункта привело к сокращению суммы прибыли от продажи продукции на 840 тыс. рублей. Таким образом, за период с 2013 по 2014 годы такой фактор как коммерческие расходы оказывал отрицательное влияние на сумму прибыли от продаж. Перерасход их по сумме в размере 225 тыс. руб. и увеличение по удельному весу в общей сумме выручки от продаж привели к уменьшению прибыли от продаж.

Аналогично, за период с 2014 по 2015 годы получим:

$$\Delta \Pi^{\text{П(КР)}} = 65376 \cdot (-7504 / 71235 \cdot 100) / 100 = -6887 \text{ тыс. руб.}$$

Отсутствие коммерческих расходов в 2015 году привело к увеличению суммы прибыли от продажи продукции на 6887 тыс. рублей.

За период с 2013 по 2015 годы получим:

$$\Delta \Pi^{\text{КР}} = 65376 \cdot (-7279 / 77811 \cdot 100) / 100 = -6117 \text{ тыс. руб.}$$

В целом за анализируемый период снижение коммерческих расходов оказало положительное влияние на сумму прибыли от продаж. Экономия их по сумме в 2015 году привела к увеличению прибыли от продаж на 6117 тыс. руб.

Такой показатель как управленческие расходы за анализируемый период на предприятии отсутствовали, и, следовательно, на величину прибыли от продажи продукции влияние не оказывали.

Остальные показатели - факторы от прочей деятельности - 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 отчётного периода аддитивного вида.

Влияние фактора в данном случае следует определить в таблице 3.1 по абсолютным отклонениям показателей.

Все показатели нужно разделить на факторы прямого и обратного влияния по отношению к прибыли. На какую величину увеличивается (уменьшается) фактор «прямого действия», на такую же сумму увеличивается (уменьшается) прибыль. Факторы «обратного действия» (расходы) влияют на сумму прибыли наоборот. Таким образом, можно обобщить влияние факторов, воздействующих на прибыль от продажи и, следовательно, на чистую прибыль.

Сводные данные по влиянию показателей - факторов на чистую прибыль предприятия в целом за анализируемый период и с разбивкой по годам представлены в таблице 3.3, из которой видно, что за период с 2013 по 2014 годы положительное влияние на величину чистой прибыли предприятия оказали такие показатели - факторы как:

- увеличение цены на продукцию;
- увеличение прочих доходов;

- сокращение прочих расходов;
- снижение налогового бремени.

Отрицательное воздействие на величину чистой прибыли оказали такие показатели – факторы как:

- сокращение количества проданной продукции;
- увеличение уровня себестоимости продукции в выручке от продаж;
- увеличение уровня коммерческих расходов в выручке от продаж;
- увеличение прочих расходов.

Другая картина наблюдается в период с 2014 по 2015 годы. Здесь положительное влияние на чистую прибыль предприятия оказали такие показатели – факторы как:

- рост цен на реализованную продукцию;
- сокращение уровня коммерческих расходов в выручке от продаж;
- сокращение прочих расходов;
- снижение налогового бремени.

Отрицательное влияние на величину чистой прибыли оказали факторы:

- сокращение количества проданной продукции;
- увеличение уровня себестоимости продукции в выручке от продаж;
- снижение прочих доходов.

Таблица 3.3 - Сводная таблица влияния факторов на чистую прибыль предприятия за период с 2013 по 2015 годы (тыс. руб.)

Показатели-факторы	Период с 2013 по 2014 годы	Период с 2014 по 2015 годы	Период с 2013 по 2015 годы
1. Количество продукции	-882	-409	-1351
2. Изменение цен на продукцию	580	233	780
3. Себестоимость продукции	-280	-7303	-7560
4. Коммерческие расходы	-840	6887	6117
5. Управленческие расходы	-	-	-
<i>Прибыль от продаж</i>	<i>-1422</i>	<i>-592</i>	<i>-2014</i>
6. Проценты к получению	-	-	-
7. Проценты к уплате	-	-	-
8. Доходы от участия в других организациях	-	-	-
9. Прочие доходы	307	-2292	-1985
10. Прочие расходы	683	1312	1995
11. Налог на прибыль	19	172	191
ИТОГО	-413	-1400	-1813

За весь анализируемый период на величину чистой прибыли положительное влияние оказали такие показатели – факторы как:

- рост цен на реализованную продукцию;
- сокращение уровня коммерческих расходов в выручке от продаж;
- сокращение прочих расходов;
- снижение налогового бремени.

Остальные показатели – факторы, такие как сокращение количества проданной продукции, увеличение уровня себестоимости продукции в выручке от продаж и сокращение прочих доходов оказали негативное влияние на величину чистой прибыли анализируемого предприятия.

Следовательно, сокращение всех вышеперечисленных расходов в ООО «Красногорское» выступает резервами увеличения прибыли данного предприятия.

3.4 Анализ результатов от прочих видов деятельности предприятия

Большое влияние на прибыль предприятия оказывают виды деятельности, не связанные с реализацией продукции. Анализ результатов от прочих видов деятельности предприятия начинается с изучения их динамики. После этого рассматривают отдельные виды доходов и расходов, причины и следствия их образования. Анализ динамики и состава, отдельных видов прочих доходов и расходов проводится по данным отчета о финансовых результатах и дополнительной бухгалтерской информации предприятия (расшифровок к отчету), из данных которых видно, что предприятие осуществляет операционную и внереализационную деятельность в течение всего анализируемого периода (результат от внереализационной деятельности представлен только расходами).

Исходную информацию для анализа операционных и внереализационных результатов ООО «Красногорское» отражают данные таблицы 3.4, из которой

можно выявить влияние этих результатов на прибыль предприятия на протяжении всего периода. Из таблицы 3.4 следует, что анализируемое предприятие от операционной и внереализационной деятельности в 2013, 2014 и 2015 годах имело убытки в размере 1015 тыс. руб., 25 тыс. руб., 1005 тыс. руб. соответственно (рисунок 3.4).

Таблица 3.4 - Динамика результатов от прочих видов деятельности, тыс. руб.

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	Отклонение (+, -)		
				2014- 2013	2015- 2014	2015- 2013
<i>Операционные доходы</i>	2827	3134	842	307	-2292	-1985
- от реализации основных средств	2167	2683	842	516	-1841	-1325
- от реализации прочих товаров	340	451	-	111	-451	-340
<i>Операционные расходы</i>	3193	1954	812	-1239	-1142	-2381
- услуги банка	39	81	156	42	75	117
- процент за кредит	1580	842	347	-738	-495	-1233
- оплата товаров, услуг, имущества	657	364	214	-293	-150	-443
- налоги	917	667	95	-250	-572	-822
<i>Прибыль от операционной деятельности</i>	-366	1180	30	1546	-1150	396
<i>Внереализационные доходы</i>	-	-	-	-	-	-
- премия за участие в конкурсе	-	-	-	-	-	-
- штрафы и пени полученные	-	-	-	-	-	-
- бюджетные ассигнования	-	-	-	-	-	-
<i>Внереализационные расходы</i>	649	1205	1035	556	-170	386
- убытки от списания дебиторской задолженности	540	885	916	345	31	376
- штрафы и пени уплаченные	38	269	106	231	-163	68
- расчёты с бюджетом	71	51	13	-20	-38	-58
<i>Прибыль от внереализационной деятельности</i>	-649	-1205	-1035	-556	170	-386
ИТОГО	-1015	-25	-1005	990	-980	10

Убыток от операционной деятельности в 2013 году был обусловлен превышением операционных расходов над доходами (рисунок 3.5). В связи с этим целесообразно провести анализ операционных расходов.

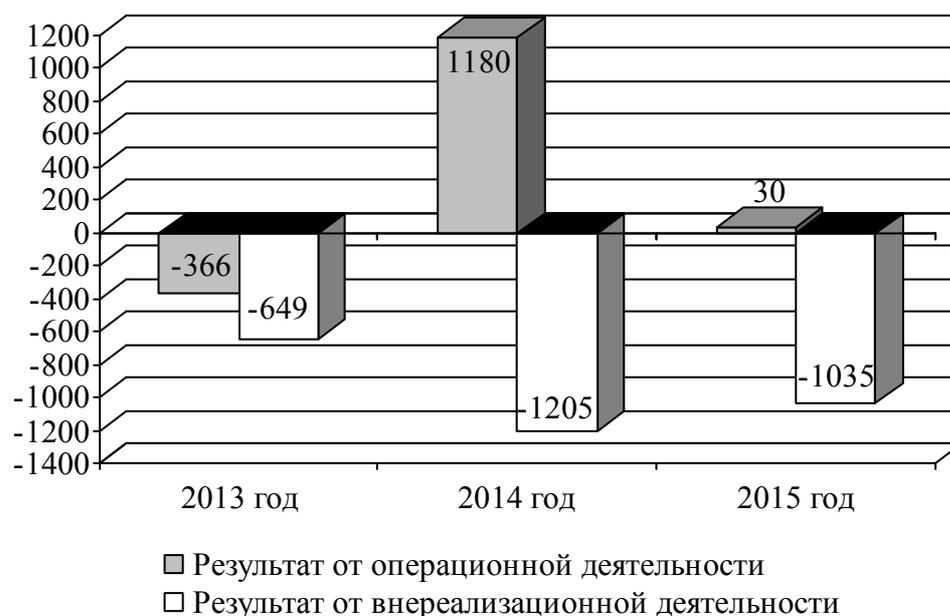


Рисунок 3.4 - Динамика финансовых результатов предприятия от прочих видов деятельности (тыс. руб.)

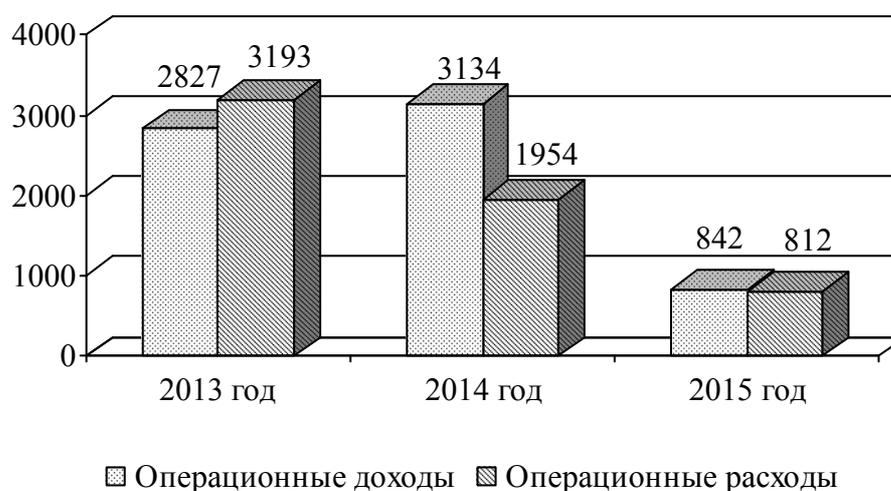


Рисунок 3.5 - Динамика операционных доходов и расходов предприятия (тыс. руб.)

Наибольшие суммы операционных расходов в организации приходятся на оплату процентов по кредитам и займам, а также на оплату налогов. Следует отметить положительную динамику операционных расходов в последующие периоды – их сумма снижается быстрыми темпами (в 4 раза за три года). Сокращение произошло по всем статьям, за исключением расходов на оплату

услуг банков. Операционные доходы предприятия в течение трех лет формируются в результате реализации части основных средств.

Внереализационная деятельность ООО «Красногорское» в течение анализируемого периода убыточна, так как не имеет доходов. Расходы же предприятия по внереализационным операциям за три года выросли на 60% (рисунок 3.6).

тыс. руб.

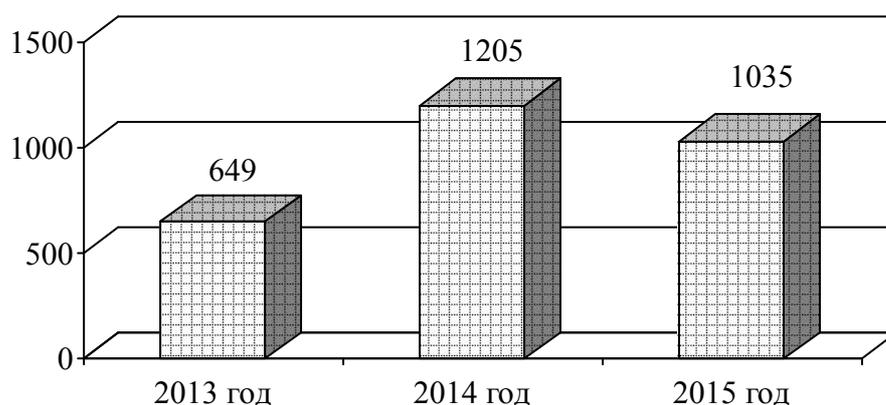


Рисунок 3.6 – Динамика внереализационных расходов

Главный фактор, вызывающий их рост – это увеличивающиеся с каждым годом убытки от списания дебиторской задолженности. На конец 2014 года они составили на предприятии 916 тыс. руб., что на 376 тыс. руб. или на 70% больше, чем их сумма в 2012 году. Сложившаяся ситуация свидетельствует об отсутствии эффективного управления дебиторской задолженностью на данном предприятии.

Второй по величине статьей внереализационных расходов выступают суммы уплачиваемых предприятием штрафов, пени и неустоек за нарушение условий договоров. Следовательно, в ООО «Красногорское» необходимо усилить контроль за своевременным выполнением обязательств перед партнерами, что позволит сократить размеры уплачиваемых штрафов.

Структуру внереализационных расходов предприятия на начало и конец анализируемого периода, отражают диаграммы, представленные на рисунке 3.7.

Снижение всех выше перечисленных расходов является резервом увеличения прибыли от операционной и внереализационной деятельности и, следовательно, чистой прибыли предприятия.



Рисунок 3.7 – Структура внереализационных расходов предприятия

3.5 Факторный анализ рентабельности продаж

Информационной базой для проведения такого анализа выступает форма № 2 «Отчет о финансовых результатах», по которой можно проанализировать динамику рентабельности продаж, чистой рентабельности за анализируемый период, а также влияние факторов на изменение этих показателей.

Рентабельность продаж – это отношение суммы прибыли от продаж к объему реализованной продукции:

$$P^{\Pi} = (T - C - KР - УР) / T \cdot 100 \% = \Pi^P / В \cdot 100 \%. \quad (3.8)$$

Из этой факторной модели следует, что на рентабельность продаж влияют те же факторы, что и на прибыль от продажи. Чтобы определить, как каждый фактор повлиял на рентабельность продаж, необходимо осуществить следующие расчеты. В приводимых ниже формулах использованы следующие обозначения:

T_1 и T_0 - отчетная и базисная сумма выручки от продаж;

C_1 и C_0 - отчетная и базисная сумма себестоимости продукции;

$KР_1$ и $KР_0$ - отчетные и базисные коммерческие расходы;

$УР_1$ и $УР_0$ - отчетные и базисные управленческие расходы;

Расчёт влияния изменения выручки на рентабельность продаж. Для расчёта влияния данного фактора используется формула:

$$\Delta P^{P(T)} = [(T_1 - C_0 - KР_0 - УР_0) / T_1 - (T_0 - C_0 - KР_0 - УР_0) / T_0] \cdot 100 \% \quad (3.9)$$

за период с 2013 по 2014 годы:

$$\begin{aligned} \Delta P^{P(T)} &= [(71235 - 66972 - 7279) / 71235 - (77811 - 66972 - 7279) / 77811] \cdot \\ &100\% = -4,23\% - 4,58\% = -8,81\%. \end{aligned}$$

за период с 2014 по 2015 годы:

$$\begin{aligned} \Delta P^{P(T)} &= [(65376 - 61593 - 7504) / 65376 - (71235 - 61593 - 7504) / 71235] \cdot \\ &100 \% = -5,69\% - 3,0\% = -8,69\%. \end{aligned}$$

за период с 2013 по 2015 годы:

$$\begin{aligned} \Delta P^{P(T)} &= [(65376 - 66972 - 7279) / 65376 - (77811 - 66972 - 7279) / 77811] \cdot 100\% \\ &= \\ &= -13,58\% - 4,58\% = -18,16\%. \end{aligned}$$

Расчёт влияния изменения себестоимости продукции на рентабельность продаж.

Для расчёта влияния данного фактора используется формула:

$$\Delta P^{P(C)} = (T_1 - C_1 - KP_0 - UP_0) / T_1 - (T_1 - C_0 - KP_0 - UP_0) / T_1 \cdot 100\% \quad (3.10)$$

за период с 2013 по 2014 годы:

$$\begin{aligned} \Delta P^{P(C)} &= [(71235 - 61593 - 7279) / 71235 - (71235 - 66972 - 7279) / 71235] \cdot \\ &100\% = 3,32\% - (-4,23\%) = 7,55\%. \end{aligned}$$

за период с 2014 по 2015 годы:

$$\begin{aligned} \Delta P^{P(C)} &= [(65376 - 63830 - 7504) / 65376 - (65376 - 61593 - 7504) / 65376] \cdot \\ &100\% = -9,11\% - (-5,69\%) = -3,42\%. \end{aligned}$$

за период с 2013 по 2015 годы:

$$\begin{aligned} \Delta P^{P(C)} &= [(65376 - 63830 - 7279) / 65376 - (65376 - 66972 - 7279) / 65376] \cdot 100\% \\ &= -8,77\% - (-13,58\%) = 4,81\%. \end{aligned}$$

Расчёт влияния изменения коммерческих расходов на рентабельность продаж.

Для расчёта влияния данного фактора используется формула:

$$\Delta P^{P(KP)} = (T_1 - C_1 - KP_1 - UP_0) / T_1 - (T_1 - C_1 - KP_0 - UP_0) / T_1 \cdot 100\% \quad (3.11)$$

за период с 2013 по 2014 годы:

$$\begin{aligned} \Delta P^{P(KP)} &= [(71235 - 61593 - 7504) / 71235 - (71235 - 61593 - 7279) / 71235] \cdot \\ &100\% = 3,0\% - 3,32\% = -0,32\%. \end{aligned}$$

за период с 2014 по 2015 годы:

$$\Delta P^{P(KP)} = [(65376 - 63830) / 65376 - (65376 - 63830 - 7504) / 65376] \cdot 100 \% = -2,36\% - (-9,11\%) = 11,47\%.$$

за период с 2013 по 2015 годы:

$$\Delta P^{P(KP)} = [(65376 - 63830) / 65376 - (65376 - 63830 - 7279) / 65376] \cdot 100\% = 2,36\% - (-8,77\%) = 11,13\%.$$

Совокупное влияние факторов определяется по формуле:

$$\Delta P^P = \Delta P^{P(T)} + \Delta P^{P(C)} + \Delta P^{P(KP)} \quad (3.12)$$

Таким образом, получим:

за период с 2013 по 2014 годы:

$$\Delta P^P = (-8,81\%) + 7,55\% + (-0,32\%) = -1,58\%$$

за период с 2014 по 2015 годы:

$$\Delta P^P = (-8,69\%) + (-3,42\%) + 11,47\% = -0,64\%$$

за период с 2013 по 2015 годы:

$$\Delta P^P = (-18,16\%) + 4,81\% + 11,13\% = -2,22\%$$

Рентабельность продаж в 2014 году по сравнению с 2013 годом снизилась на 1,58%, в 2015 году по сравнению с 2014 годом - на 0,64%, а в целом за три года - на 2,22%. В таблице 3.5 показано влияние факторов на рентабельность продаж за каждый анализируемый период.

Факторный анализ показал, что отрицательное влияние на рентабельность продаж в течение периода с 2013 по 2014 годы оказывало:

- сокращение выручки от продаж;

- увеличение коммерческих расходов.

По этим причинам снижалась прибыль от продаж и соответственно рентабельность продаж. Положительно в этот период на рентабельности продаж сказалось сокращение затрат на производство и реализацию продукции.

Таблица 3.5 – Сводная таблица влияния факторов на рентабельность продаж (%)

Показатели-факторы	Период с 2013 по 2014 годы	Период с 2014 по 2015 годы	Период с 2013 по 2015 годы
1. Общая сумма выручки	-8,81	-8,69	-18,16
2. Себестоимость продукции	7,55	-3,42	4,81
3. Коммерческие расходы	-0,32	11,47	11,13
4. Управленческие расходы	-	-	-
5. Рентабельность продаж	-1,58	-0,64	-2,22

В течение периода с 2014 по 2015 годы отрицательное воздействие на рентабельность продаж оказывает сокращение количества реализуемой продукции и увеличение ее себестоимости, а положительно - снижение коммерческих расходов до нуля.

В целом за три года рентабельность продаж увеличилась благодаря снижению затрат на производство и реализацию продукции и суммы коммерческих расходов, а сократилась по причине снижения выручки от продаж (причем этот фактор был преобладающим).

Рентабельность продаж находится в прямой зависимости от прибыли от продаж. Следовательно, снижение всех сумм расходов в ООО «Красногорское» является резервом повышения его прибыли, а значит и показателей рентабельности.

3.6 Механизм распределения прибыли предприятия

Прибыль, получаемая ООО «Красногорское» в результате ее хозяйственной деятельности, подлежит налогообложению по Российскому законодательству, и

после выплаты налогов, других обязательных платежей, штрафов и санкций, т.е. чистая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия используется в его собственных интересах.

Распределение прибыли, остающейся в распоряжении ООО «Красногорское» осуществляется по следующим направлениям:

- 1) фонд потребления, который включает в себя фонд оплаты труда и дополнительные выплаты и поощрения,
- 2) фонд накопления, который состоит из фонда развития производства и фонда социального развития.

Анализ показателей прибыли ООО «Красногорское», проведенный в данной главе, показал, что чистая прибыль предприятия в целом за анализируемый период уменьшилась на 1813 тыс. руб.

Данный показатель в течение трех лет был подвержен воздействию на него многочисленных факторов. Некоторые из них оказывают на главный финансовый результат положительное влияние, за счет чего он из года в год увеличивается, другие же воздействуют негативно, что приводит к его снижению, причем влияние последних было преобладающим. Снижение прибыли предприятия было вызвано такими факторами, как:

- 1) сокращение объема выпускаемой продукции;
- 2) рост доли себестоимости в выручке от продаж;
- 3) увеличение расходов от внереализационной деятельности предприятия за счет больших сумм убытков от списания дебиторской задолженности и оплачиваемых штрафов, пени, санкций за нарушение договоров с партнерами.

В целях улучшения финансовых результатов деятельности ООО «Красногорское», и в первую очередь увеличения прибыли от продаж, главной задачей руководства в настоящее время должно стать устранение выявленных вышеперечисленных факторов, из-за которых происходит снижение чистой прибыли предприятия.

3.7 Рекомендации по увеличению прибыли предприятия

Основываясь на результатах анализа, проведенного в третьей главе настоящей работы, предлагается ряд конкретных мер, направленных на совершенствование деятельности ООО «Красногорское», которые позволят предприятию улучшить продвижение своей продукции на рынке и соответственно, в целом повысить показатели своей работы.

1. Производство витаминизированной воды «Вторая жизнь». По данным Министерства здравоохранения России, на сегодняшний день более чем в 50 субъектах Федерации действуют программы здорового питания по обогащению продуктов питания витаминами и микроэлементами. Результатом поддержки этих программ стали разработки НПО «Русская инновационная компания» при участии ведущих специалистов ГУ НИИ питания РАМН и ГУ ВНИИ пивоваренной, безалкогольной и винодельческой промышленности РАСХН витаминизированных напитков нового поколения серии «Вторая жизнь».

Основу напитка составляет сбалансированная витаминная смесь (премикс), состоящая из 5 важнейших витаминов – В₁, В₃, В₆, РР, С. Уникальность этого продукта обусловлена ярко выраженным эффектом укрепления организма.

По заключению ГУ НИИ питания РАМН напитки безалкогольные витаминизированные «Вторая жизнь» предназначены для реализации населению в качестве прохладительных напитков, для восполнения недостаточного поступления витаминов группы В с обычным рационом. Пищевая ценность напитка обеспечивается витаминами, оптимальный состав которых способствует нормализации обмена веществ, повышению устойчивости организма к заболеваниям, особенно в зимне-весенний период.

Становится очевидным, что производство этого, по сути, лечебно-профилактического продукта, позволит приобрести новых потребителей

среди людей, заботящихся о здоровье, организовать регулярные поставки напитков в спортивные клубы, школьные, лечебные, санаторно-курортные учреждения, предприятия с вредным производством.

Выгодным отличием от существующих аналогов является тот факт, что напиток прошел клинические испытания во ВНИИ физической культуры и спорта, и его рекомендуют в качестве специализированного спортивного напитка для членов сборных команд России, людей, занимающихся спортом.

При внедрении в производство витаминизированных напитков для предприятий особенно актуальна перспектива сглаживания спада продаж безалкогольных напитков в зимне-весенний период.

Технологический процесс производства таких напитков включает стандартные этапы, и не требуется дополнительных единиц оборудования. Введение витаминного премикса производится на стадии купажирования. Для приготовления напитка в соответствии с рецептурой применяются компоненты, используемые для изготовления традиционных безалкогольных напитков.

Отношения между сторонами строятся на основе договора поставки витаминной смеси. Цена за 1 кг смеси составляет 3750 рублей (НДС в том числе), расход премикса - 0,32 кг на 1000 л напитка. Доставка осуществляется за счет поставщика или самовывозом. Объемы поставки неограниченны.

Производителю бесплатно предоставляются: полный комплект технологической документации; информационная поддержка рекламной кампании; результаты опытно-экспериментальных и научно-исследовательских работ по совершенствованию качества напитков и рецептур.

При производстве продукции в ООО «Красногорское» предлагается витаминизировать на начальном этапе 5% от объема выпускаемой питьевой воды «Родники Кузбасса» и «Танай». Для продвижения нового

продукта необходимо планировать проведение рекламной акции на местном телевидении.

2. Использование стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций с целью увеличения объема продаж питьевой воды.

Эффективная сбытовая политика предприятия немыслима сегодня без проработанной коммуникационной политики. Основываясь на результатах анализа целесообразно предложить ООО «Красногорское» активизировать рекламную деятельность.

В настоящее время всё большую популярность завоевывают концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Это концепция планирования маркетинговых коммуникаций, исходящая из необходимости оценки стратегической роли их отдельных направлений (рекламы, стимулирования сбыта, публик рилейшнз и других) и поиска оптимального сочетания для обеспечения четкости, последовательности и максимизации воздействия коммуникационных программ, посредством непротиворечивой интеграции всех отдельных обращений.

ИМК позволяет повысить эффективность всей системы продаж компании, так как, в отличие от всех остальных организационных форм, объединяет различные ее подразделения и отделы под одним знаменем - имиджем марки.

Предлагается при построении системы сбыта продукции использовать эту концепцию в ООО «Красногорское». Коммуникации должны быть направлены на определенную целевую контактную аудиторию. После определения целевого сегмента рынка и его характеристик компания должна решить, чего она хочет добиться от аудитории – определить коммуникационные цели и желаемые ответные реакции: покупку, удовлетворенность потребителей или добрую молву?

Определив желаемую ответную реакцию, компания переходит к разработке эффективного обращения. В идеальном случае обращение привлекает внимание, вызывает интерес, желание и стимулирует действия.

Для передачи созданных обращений предлагается использовать в комплексе все существующие неличные каналы коммуникации, такие как средства массовой информации, а именно, печатные средства (газеты и журналы), средства вещания (радио и телевидение) и средства наружной рекламы (объявления, вывески, плакаты). Все существующие неличные каналы коммуникации осуществляются на основе платности. Для этого на предприятии необходимо планировать бюджет на стимулирование.

В рамках интегрированного комплекса маркетинга предлагается проводить дегустации и выставки-продажи. А также для повышения имиджа предприятия необходимо участие во всех выставках, ярмарках, где определяется лидерство продукта в данной товарной области, а также постоянно усовершенствовать страничку в Интернет.

Какого же рода информацию ООО «Красногорское» должно ежедневно доносить до потребителя? Информацию, которая повысит потребительскую культуру населения. Ведь веским сдерживающими факторами для развития рынка чистой питьевой воды сегодня является отсутствие знаний о низком качестве водопроводной воды и довольно слабая покупательная способность российского населения.

С ростом потребительской культуры населения, увеличением информированности о качестве питьевой воды ему легче будет делать более осмысленный выбор воды, приемлемой для ежедневного употребления.

Информация должна помочь понять потребителю, что в любом случае очищенная или природная бутилированная питьевая вода служат пока единственной альтернативой некачественной и опасной для здоровья хлорированной водопроводной воде, которую вынуждены потреблять жители больших городов.

До недавних пор жители крупных российских городов довольно спокойно относились к употреблению водопроводной воды, считая, что ее можно пить без опасений за свое здоровье. Однако, по западным меркам, - это

техническая вода, которую приезжающим в Россию иностранцам их сведущие соотечественники не рекомендуют использовать не только для питья, но даже для чистки зубов и принятия горячих ванн или душа. Дело в том, что на очистных станциях вода дезинфицируется с помощью хлора, который вреден для человека. При соединении хлора с содержащимися в воде органическими веществами образуется целая гамма вредных канцерогенных и токсических соединений, в частности опаснейшие яды - диоксиды. Попадая в желудок, растворенный в воде хлор уничтожает наряду с патогенной и здоровую микрофлору, что приводит к дисбактериозу, поэтому пить сырую воду из-под крана не рекомендуется. Применяемые технологии водоочистки не могут полностью справиться с некоторыми промышленными загрязнителями, проникающими в водопроводную воду из поверхностных водных источников, в том числе фенолами и солями тяжелых металлов. Изношенность металлических труб, по которым вода поступает в дом, добавляет ей так называемое «вторичное» загрязнение в виде ржавчины и других примесей, что еще более ухудшает качество воды. Водопроводная вода с содержащимися в ней солями тяжелых металлов и другими вредными компонентами, которую мы ежедневно пьем, участвует во всех биохимических процессах организма, причем негативные последствия употребления такой воды могут проявиться не сразу, а иногда только через несколько лет - по мере накопления вредных химических элементов во внутренних органах человека. Например, ржавая вода приводит к заболеваниям почек, печени и желудочно-кишечного тракта.

Многие успокаивают себя, думая, что достаточно прокипятить воду, чтобы сделать ее безопасной для организма. Однако это не совсем так. Кипячение воды убивает болезнетворные микробы, но не решает всей проблемы очищения воды, а в каком-то смысле только усугубляет эту проблему. При кипячении воды соединения хлора образуют канцерогенные вещества, и чем дольше кипит вода, тем она опаснее.

Кроме того, нужно учесть, что содержащиеся в воде неорганические соединения в процессе кипячения не разлагаются, происходит концентрация солей тяжелых металлов и нитратов, что может вызвать гипертонию, ухудшение зрения и другие болезни.

Иностранцы не зря предостерегают своих соотечественников от принятия ванн, наполненных хлорированной водопроводной водой. Доказано, что с парами горячей воды через расширившиеся кожные поры соединения хлора легко проникают в организм человека и это может стать причиной серьезных аллергических и онкологических заболеваний. Как правило, городские жители плохо информированы о вредных для здоровья свойствах водопроводной воды, очищенной с помощью хлора, некоторые считают опасность употребления такой воды преувеличенной, многие предпочитают просто не думать об этом.

Бытовые фильтры самый простой и, казалось бы, надежный способ улучшения качества воды в домашних условиях - это доочистка ее через бытовые фильтры. Однако и здесь неискушенного потребителя могут ждать неприятные сюрпризы. Фильтры избирательно очищают воду лишь от нескольких загрязнителей, остальные остаются в воде. В первую очередь фильтры предназначены для того, чтобы очистить воду от хлора, хотя до конца это сделать не удастся даже промышленным способом. Когда концентрация хлора в воде значительно снижена, ничто не препятствует бактериям размножаться на стенках фильтра, где достаточно для этого тепла и сырости. Скопившиеся бактерии затем залпом вбрасываются в воду, т.е. сам фильтр превращается в источник заражения. Неудобство состоит и в том, что нет никаких видимых признаков, по которым можно понять, что картридж уже выработал свой ресурс и его пора заменить. А если в домашних условиях применяются более мощные фильтры, близкие к промышленным, то с их помощью из воды выводится значительное количество не только вредных, но и полезных веществ. Она становится «мертвой», т.е. совершенно пустой -

близкой к дистиллированной и потому не менее опасной, чем загрязненная вода. Являясь сильным растворителем, дистиллированная вода при длительном употреблении вымывает из организма жизненно важные для него элементы.

Многие горожане любят приятную на вкус воду из родников, бьющих поблизости от их дома, иногда к ним выстраиваются длинные очереди. Но, увы, и здесь трудно избежать опасности отравления или заражения. Почти повсеместно вода в этих источниках содержит в себе нитраты либо другие вещества органической и неорганической природы, губительные для здоровья. Лишь в отдаленных местностях, где поблизости нет промышленного производства, или скотоводческих ферм, или удобряемых химикатами полей, либо захоронений опасных отходов производства, родниковую воду можно пить без излишних опасений. Но где найти такие родники?

Вместо водопроводной в качестве питьевой все чаще начинают использовать воду в пластиковых бутылках. Еще недавно такая вода казалась излишней роскошью, но с каждым годом число потребителей ее возрастает. Уже сейчас каждый житель нашей страны в среднем ежегодно выпивает около 10 литров бутилированной воды, а житель Западной Европы намного больше - около 100 литров. Сдерживающими факторами на этом пути являются отсутствие знаний о низком качестве водопроводной воды и довольно слабая покупательная способность российского населения. Увеличивается и число производителей бутилированной воды, выпускающих ее под разными марками. В настоящее время зарегистрировано свыше 700 наименований отечественной питьевой воды, правда, в большинстве своем они известны только в тех регионах, где она производится.

Как уже указывалось, на сегодняшний день в России из бутилированных вод более всего потребляют искусственно синтезированную воду. В странах, где остро стоит проблема питьевой воды и нет запасов природных

минеральных вод, производство искусственно минерализованной воды является великим благом. У нас другие природные условия, и все больше раздается голосов, призывающих проявить подлинную заботу о здоровье населения и перейти от очищенной водопроводной воды к обеспечению людей питьевой водой более высокого качества. [40].

Итак, важность рекламы и других средств коммуникации неоспорима в деятельности любой организации. Статистические показатели современной рекламы говорят о том, что, не прибегая к рекламе, организация может в течение некоторого времени продавать свой товар 5% населения, в то время как из каждой сотни лиц, помнящих рекламу предприятия, постоянными потребителями товара становятся дополнительно еще 20 человек. Вот оно - соотношение вовлеченных в потребление без помощи рекламы и с нею!

3. Факторинг – как способ предотвращения убытков от списания непогашенной в срок дебиторской задолженности. Предотвратить списание на внереализационные расходы непогашенной дебиторской задолженности можно добиться за счет правильного управления дебиторской задолженностью. Существуют некоторые общие рекомендации, позволяющие управлять дебиторской задолженностью. Это такие способы как:

- контроль состояния расчетов с покупателями по просроченной задолженности;
- ориентирование на большее число покупателей;
- контроль за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности, поскольку значительное превышение дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости предприятия;
- применение способа предоставления скидок при досрочной оплате.

На протяжении трех лет (с 2013 по 2015 годы) в ООО «Красногорское» помимо высоких сумм краткосрочной дебиторской задолженности, имеется долгосрочная дебиторской задолженность, срок погашения которой давно истек. Эта сомнительная в возврате задолженность в общей стоимости имущества составляет 3%, а в стоимости оборотных средств - 5%.

Данная ситуация свидетельствует о том, что предприятие активно использует стратегию товарных ссуд для потребителей своей продукции. Кредитуя их, предприятие фактически делится с ними частью своего дохода. В то же время в случае задержки платежей от дебиторов предприятие вынуждено брать кредиты для обеспечения своей хозяйственной деятельности, увеличивая собственную кредиторскую задолженность. Таким образом, активы в дебиторской задолженности отвлечены из оборота предприятия, что является фактором текущей неплатёжеспособности.

Зачастую в последнее время предприятия сталкиваются с недобросовестностью дебиторов и несут прямые убытки от невозврата денежных средств должниками. Соответственно списанные убытки увеличивают внереализационные расходы и уменьшают прибыль предприятия, с чем и столкнулось в своей деятельности ООО «Красногорское». С целью возврата безнадежных долгов от дебиторов на предприятие целесообразным видится проведение операции факторинга в отношении указанной выше сомнительной дебиторской задолженности, которая составляет на предприятии 674 тыс. руб.

Факторинг - прямая продажа дебиторской задолженности банку или финансовой компании, при этом покупатель берёт на себя все кредитные риски и риски по востребованию денежных средств. Стоимость соглашения факторинга включает комиссионные покупателя дебиторской задолженности по определению кредитоспособности, процент на непоплаченный остаток авансовых денежных средств и скидки с номинальной суммы дебиторской задолженности. На сегодняшний день в Кузбассе и в ближайших регионах услугу факторинга предлагает множество банков. Например, ОАО «Промышленно - строительный банк» (Новосибирский Филиал) предоставляет данную услугу на следующих условиях:

- ссуда в размере 50 - 85% от суммы дебиторской задолженности;
- процентная ставка - 10% годовых;
- комиссионные 1,5 - 2,5% дебиторской задолженности.

Поэтому предлагается воспользоваться услугами вышеуказанного банка, заключив договор на продажу этой части дебиторской задолженности. В результате заключения договора факторинга, ООО «Красногорское» снизит стоимость дебиторской задолженности на сумму 674 тыс. руб., снижая при этом в будущем свои внереализационные расходы, а полученные во временное пользование денежные средства может пустить на погашение части кредиторской задолженности.

Анализ прибыли, проведенный в третьей главе, также показал, что в течение всего анализируемого периода итоги операций от прочих видов деятельности имеют отрицательное значение, что привели к снижению суммы общей прибыли до налогообложения. Стабильный рост внереализационных расходов предприятия обусловлен всеми статьями их образующими, и не в последнюю очередь значительным увеличением размеров штрафов, пени и неустоек за нарушение условий договоров (рисунок 3.8).

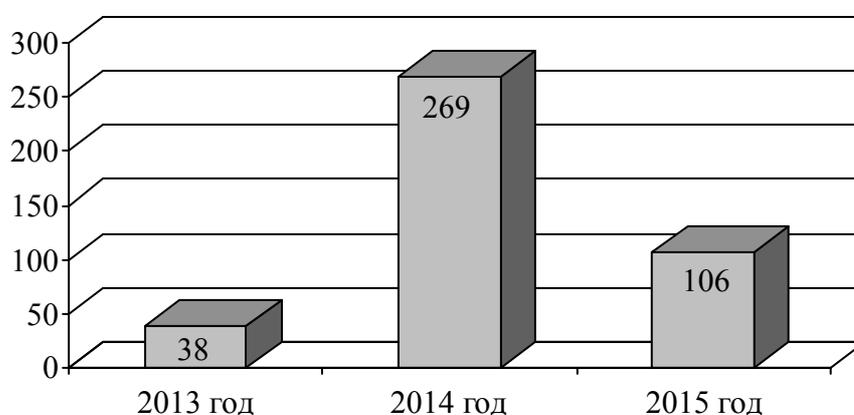


Рисунок 3.8 - Динамика штрафов и пени полученной предприятием (тыс. руб.)

На конец отчетного года сумма уплаченных штрафов составила 106 тыс. руб., что более чем в 2,5 раза превышает уровень 2013 года. В связи с этим на предприятии должна быть разработана программа по предотвращению допущенных нарушений отдельными службами перед другими предприятиями – партнерами, основанная на усилении контроля.

В свою очередь, снижение размера штрафов приведет к уменьшению сумм прочих расходов, что положительно отразится на величине налогооблагаемой и чистой прибыли предприятия.

Таблица 3.1 – Исходные данные для анализа прибыли предприятия

тыс. руб.

Наименование показателя	2013 год	2014 год	2015 год	Темп роста показателей, %			Абсолютное отклонение, тыс. руб.		
				2014 / 2013	2015 / 2014	2015 / 2013	2014 от 2013	2015 от 2014	2015 от 2013
1. Выручка от продаж (Т)	77811	71235	65376	91,5	91,8	84,0	-6576	-5859	-12435
2. Себестоимость продукции (С)	66972	61593	63830	92,0	103,6	95,3	-5379	2237	-3142
3. Валовая прибыль (ВП)	10839	9642	1546	88,9	16,0	14,3	-1197	-8096	-9293
4. Коммерческие расходы (КР)	7279	7504	-	103,1	-	-	225	-7504	-7279
5. Управленческие расходы (УР)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. Прибыль от продаж (ПП)	3560	2138	1546	60,1	72,3	43,4	-1422	-592	-2014
7. Сальдо результатов от операционной деятельности (ОД)	-366	1180	30	-	2,5	-	1546	-1150	396
8. Сальдо результатов от внеоперационной деятельности (ВД)	-649	-1205	-1035	185,7	85,9	159,5	-556	170	-386
9. Прибыль до налогообложения (НП)	2545	2113	541	83,0	25,6	21,2	-432	-1572	-2004
10. Налог на прибыль (Н)	217	198	26	91,2	13,1	12,0	-19	-172	-191
11. Чистая прибыль (ЧП)	2328	1915	515	82,2	26,9	22,1	-413	-1400	-1813
12. Среднегод. стоимость активов (А)	42543	54148	92457	127,3	170,7	217,3	11605	38309	49914

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе проведён детальный анализ прибыли и рентабельности предприятия по производству и продаже питьевой бутилированной и минеральной воды в г. Кемерово – ООО «Красногорское» и разработаны предложения по улучшению данных показателей.

В первой главе работы рассмотрена экономическая сущность прибыли и ее роль в деятельности предприятия, показано ее значение в современных условиях, перечислены цели и задачи анализа, приведена методика анализа, и обоснование путей ее увеличения.

Во второй части работы дана организационно-экономическая характеристика ООО «Красногорское», а также проведен анализ основных технико-экономических показателей его производственно-хозяйственной деятельности и финансового состояния за период с 2013 по 2015 годы. За три года объем выпуска продукции на предприятии сократился в натуральном выражении, что было обусловлено потерей части рынков сбыта продукции вследствие высокой конкуренции, снижением ее конкурентоспособности, ухудшением условий выполнения договорных обязательств. Соответственно и объем реализованной продукции в денежном выражении сокращается, несмотря на постоянное повышение цен на продукцию.

Отрицательная динамика прибыли от продаж за три года объясняется более быстрыми темпами снижения выручки от продажи продукции (84%) по сравнению с темпами снижения себестоимости продукции (95,3%). Хотя в течение всего периода производство продукции и является рентабельным, однако значение этого показателя уменьшается с каждым годом, причиной чего является снижение прибыли от продаж. В связи с этим, одной из главных задач для руководства предприятия является снижение затрат на производство и реализацию продукции. Кроме этого заводу необходимо активизировать маркетинговую деятельность, что позволит повысить спрос на его продукцию, а, следовательно, и объемы продаж.

В целом можно сказать, что предприятие занимает довольно большую долю на рынке, что позволяет продукции свободно и легко конкурировать с продукцией других предприятий. Ориентируясь на работу с постоянными клиентами, завод наладил прочные коммерческие связи, что позволяет в настоящее время избегать лишних затрат на маркетинговую деятельность. Между тем, для дальнейшего развития предприятия существенное значение имеет снижение себестоимости выпускаемой продукции, увеличение производительности труда, прибыли и повышение рентабельности производства за счет освоения выпуска новых видов продукции, чего невозможно достичь без использования его кадрового потенциала, повышения эффективности системы управления персоналом и стимулирования производительности работы коллектива.

В специальной части работы изучены динамика и структура прибыли, влияние факторов на нее, рассмотрены показатели рентабельности предприятия.

ООО «Красногорское» является прибыльным на протяжении всего анализируемого периода, однако величина прибыли устойчиво снижается. Основной причиной этого является падение выручки от продаж, вызванное резким сокращением объемов выпускаемой продукции. Кроме этого снижение прибыли предприятия было вызвано такими факторами, как:

- рост доли себестоимости в выручке от продаж;
- увеличение расходов от прочей деятельности предприятия за счет больших сумм убытков от списания дебиторской задолженности и оплачиваемых штрафов, пени, санкций за нарушение договоров с партнерами.

В результате чистая прибыль завода за три года уменьшилась на 1813 тыс. руб. Главной задачей руководства в настоящее время должно стать устранение выявленных вышеперечисленных факторов, из-за которых происходит снижение чистой прибыли предприятия.

В целях увеличения прибыли от основной деятельности ООО «Красногорское» предлагается ряд мер:

1. Увеличение объема производства продукции за счет обогащения ее витаминами и микроэлементами. Данное мероприятие предполагает

производство витаминизированной воды под названием «Вторая жизнь». Витаминная смесь, состоящая из 5 важнейших витаминов – В₁, В₃, В₆, РР, С обладает ярко выраженным эффектом укрепления организма. Этот лечебно-профилактический напиток, позволит приобрести новых потребителей среди людей, заботящихся о здоровье, организовать регулярные поставки напитков в спортивные клубы, школьные, лечебные, санаторно-курортные учреждения, предприятия с вредным производством.

2. Использование стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций с целью увеличения объема продаж питьевой воды. Это мероприятие предполагает активизировать рекламную деятельность ООО «Красногорское» путем масштабного охвата потенциальной аудитории покупателей. Эффективная сбытовая политика предприятия немислима сегодня без проработанной коммуникационной политики.

3. Сокращение прочих расходов за счет улучшения организации работы с дебиторами и своевременного выполнения обязательств перед партнерами. Предотвратить списание на внереализационные расходы непогашенной дебиторской задолженности можно добиться за счет правильного управления дебиторской задолженностью. Также на предприятии должна быть разработана программа по усилению контроля за предотвращением допущенных нарушений отдельными службами предприятия перед другими предприятиями – партнерами. В результате реализации предложенных мероприятий для ООО «Красногорское» появится возможность расширения рынков сбыта продукции, увеличится общая сумма выручки от продаж, вырастет валовой доход, что положительно отразится на рентабельности деятельности ООО «Красногорское».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Анализ хозяйственной деятельности. / Под ред. Белобородовой В.А. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 420 с.
- 2 Балтакса П.М., Кливец П.Г. Слагаемые эффективности: Из опыта промышленного предприятия. – М.: Экономика, 2011. –92с.
- 3 Белобтецкий И.А. Прибыль предприятия. // Финансы. –2013 №3, с.40 – 47.
- 4 Богатин Ю.В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия. – М.: изд. стандартов, 2011. –214с.
- 5 Васильев В.В. Налоги: что и как их платить: Общедоступная книга о новых налогах в России. – М.: Страх. общест. «Анкип» 2015. – 95с.
- 6 Воневникова Н.В., Пяков М. Л. Учет финансовых результатов по оплате. // Бух. учет, 2010, №1 – с.34-40.
- 7 Волков О.И. Экономика предприятия. М.: ИНФРА – М, 2013. - 416 с.
- 8 Грачев А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия. - М.: Финпресс, 2012. – 206 с.
- 9 Горбачева Л.А. Анализ прибыли и рентабельности. –М.: Экономика, 2010. – 95с.
- 10 Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: практикум. – 2-е изд., перераб. М.: «Дело и Сервис», 2011. – 144 с.
- 11 Ефимова О.П. Экономика общественного питания. – Минск., ООО «Новое знание», 2010. – 304 с.
- 12 Зудилин А.П. Анализ хозяйственной деятельности развитых стран. – Екатеринбург: «Каменный пояс», 2012.- 224 с.
- 13 Курс экономики. Учебник. – 3-е изд., доп. / Б.А. Райзберг, А.А. Благо-датин, О.В. Грядовая и др.: под ред. Б.А. Райзберга. – М ИНФРА –М, 2011. - 716 с.
- 14 Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник для вузов. – 5-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Выш. Шк., 2010.-430с.

15 Киперман Г.Я., Беялов А.З. Налогообложение предприятий и граждан РФ (Практическое руководство: Рекомендации и примеры расчетов). - М.: «Айтолан», 2012. –180с.

16 Курс экономического анализа. / Под ред. Баканова Н.И., Шеремета А.Д.. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 412с.

17 Логинов В, Новицкий Н. Совершенствование финансовой налоговой системы. // Экономист, 2011, №2 - с. 71.

18 Лопатина И.М., Золкина З.К. Основы анализа финансового состояния предприятия: Учебное пособие. – Ярославль: ЯГУ, 2013. –66 с.

19 Мазуров И.И., Астапенко З.Н., Брылева М.Д. Лекции по анализу хозяйственной деятельности предприятий. – СПб.: Изд. СПбУЭФ, 2013 – 72с.

20 Маевский В., Вяткин В.Н, Хриптон Дж., Казак А.ю. Принятие финансовых решений: задачи, ситуации. // Вопросы экономики, 2011, №12, с.152.

21 Методы экономического анализа в условиях реформы. // Под ред. Бариленко В.И. и др. – Саратов: Изд. Сарат. универ., 2011. –200с.

22 Мухин С.А. Прибыль в новых условиях хозяйствования. – М.: Финансы и статистика, 2010. –144с.

23 Палий В.Ф. Новая бухгалтерская отчетность. - М.: Контролинг, 2013. - 54 с.

24 Парасочка В.Т., Дубовенко Л.А., Медведева О.В. Самоокупаемость и самофинансирование. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 144с.

25 Поисков В. Финансовые проблемы стабилизации российской экономики. // РЭЖ, 2011, №1 – с.12-15.

26 Резников Л. Финансовое состояние и финансовая политика производственных предприятий. // РЭЖ, 2011, №7 – с.32-34.

27 Рыночная экономика : Словарь. / Под ред. Кипермана Г.Я. – М.: Республика, 2013. –524 с.

28 Рязанова В., Широкопад Л. Общественные основы микроэкономики, переходная экономика: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2011. – 204с.

- 29 Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 280 с.
- 30 Сотникова Л.В. О формировании финансовых результатов. // Бух. учет, 2011, №1 – с.3-6.
- 31 Учет финансовых результатов. // Бух. учет, 2011, №1 – с.15-19.
- 32 Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в Закон РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций»» // Налог на прибыль. - М.: АКДН, 2011. – 97 с.
- 33 Чечивицина Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2011. – 378 с.
- 34 Чечета А.И. Информация о финансовых результатах и ее анализ // Финансы, 2009, №5 - с. 32-34.
- 35 Федеральная служба по Кемеровской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://kemerovostat.gks.ru/>
- 36 Цыгичко А.Н. Новый механизм формирования эффективности. – М.: Экономика, 2014. –191 с.
- 37 Шеремет А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятий. – М.: Экономика, 2010. – 210 с.
- 38 Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. – М., ИНФРА-М, 2011. - 343 с.
- 39 Ширяева Р. Финансовое состояние промышленности. // Экономист, 2011, №31, с. 49-57.
- 40 Экономика отрасли: торговля и общественное питание. Учебное пособие / Е.А. Карпенко, В.А. Ларионова, Л.А. Ольхова и др.: – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 224 с.
- 41 Экономико-математические методы в анализе хозяйственной деятельности предприятий и объединений. – М.: Финансы и статистика, 2012. - 225 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
(обязательное)

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ
ООО «КРАСНОГОРСКОЕ»

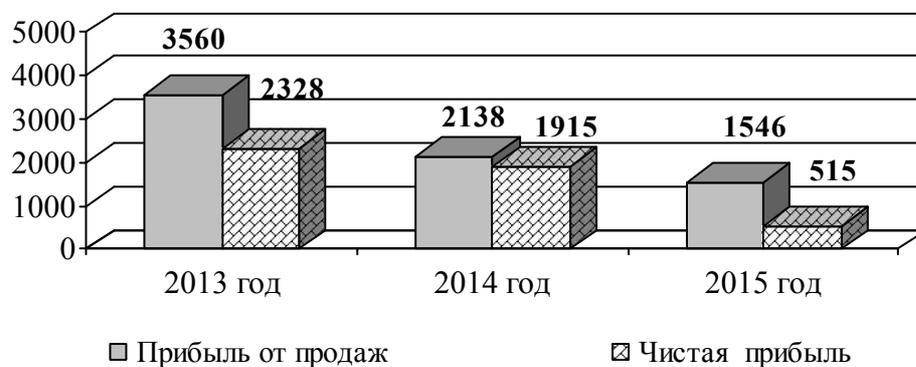


Рисунок Б.1 - Динамика показателей прибыли (тыс. руб.)

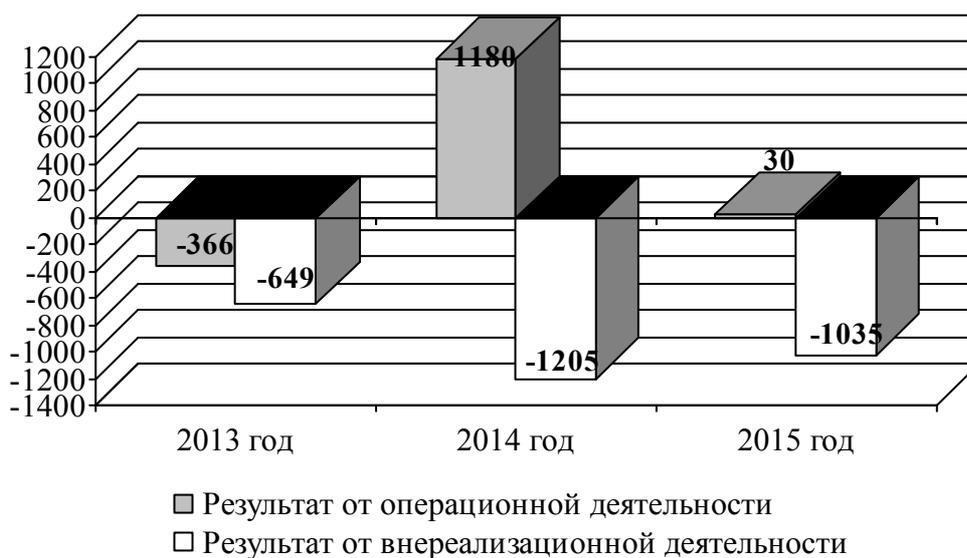


Рисунок Б.2 - Динамика прибыли от прочих видов деятельности (тыс. руб.)

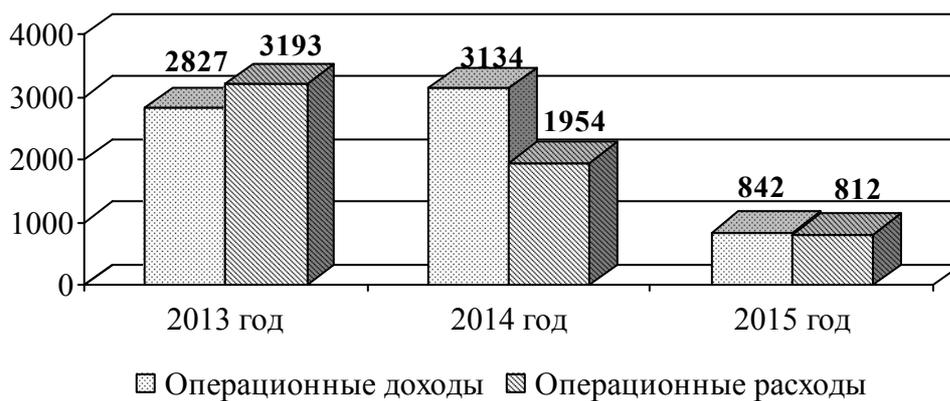


Рисунок Б.3 - Динамика операционных доходов и расходов (тыс. руб.)

Таблица Б.1 - Сводная таблица влияния факторов на чистую прибыль предприятия за период с 2013 по 2015 годы (тыс. руб.)

Показатели-факторы	Период с 2013 по 2014 годы	Период с 2014 по 2015 годы	Период с 2013 по 2015 годы
11. Количество продукции	-882	-409	-1351
12. Изменение цен на продукцию	580	233	780
13. Себестоимость продукции	-280	-7303	-7560
14. Коммерческие расходы	-840	6887	6117
15. Управленческие расходы	-	-	-
<i>Прибыль от продаж</i>	<i>-1422</i>	<i>-592</i>	<i>-2014</i>
16. Проценты к получению	-	-	-
17. Проценты к уплате	-	-	-
18. Доходы от участия в других организациях	-	-	-
19. Прочие доходы	307	-2292	-1985
20. Прочие расходы	683	1312	1995
11. Налог на прибыль	19	172	191
ИТОГО	-413	-1400	-1813



Рисунок Б.4 - Динамика показателей рентабельности

Таблица Б.2 - Сводная таблица влияния факторов на рентабельность продаж за период с 2013 по 2015 годы (%)

Показатели-факторы	Период с 2013 по 2014 годы	Период с 2014 по 2015 годы	Период с 2013 по 2015 годы
--------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

1. Общая сумма выручки	-8,81	-8,69	-18,16
2. Себестоимость продукции	7,55	-3,42	4,81
3. Коммерческие расходы	-0,32	11,47	11,13
4. Управленческие расходы	-	-	-
5. Рентабельность продаж	-1,58	-0,64	-2,22

ПРИЛОЖЕНИЕ В (обязательное)

ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ ООО «КРАСНОГОРСКОЕ»

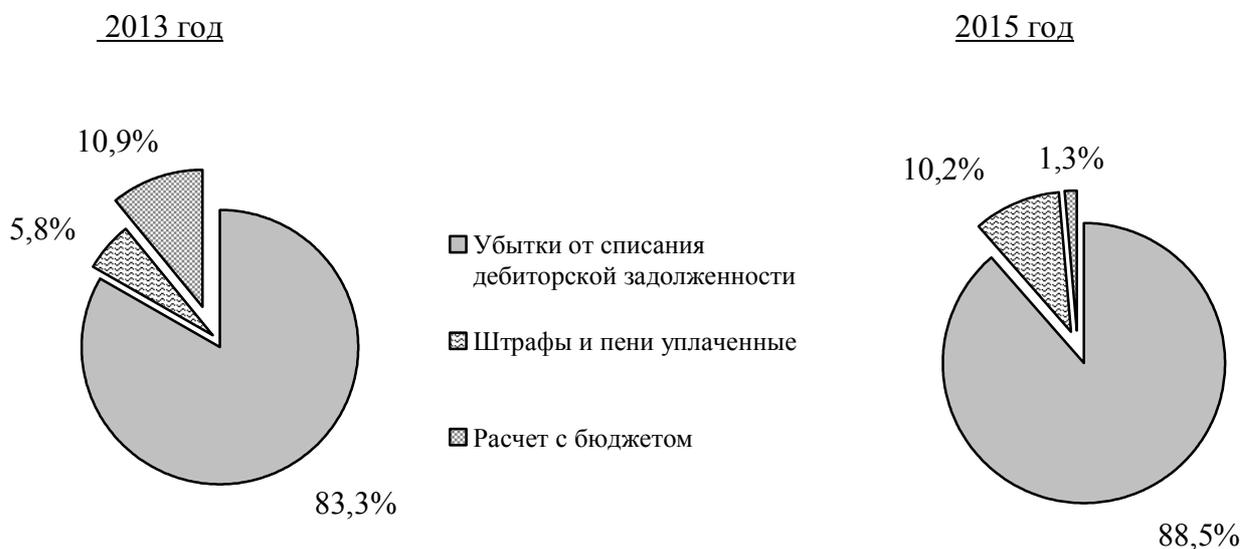


Рисунок В.1 - Структура прочих расходов предприятия

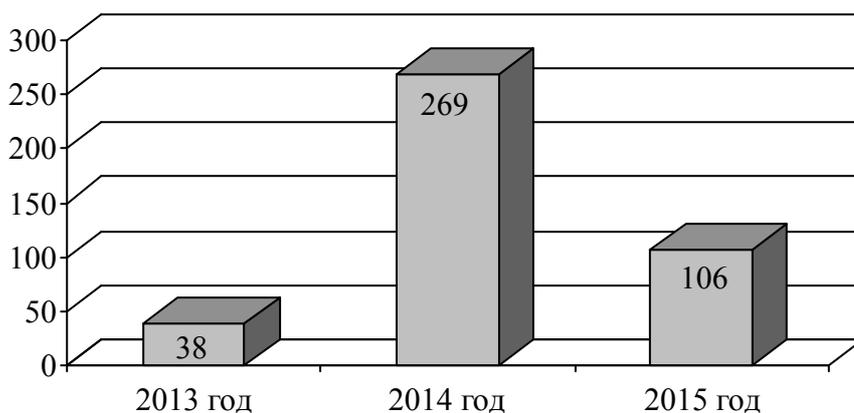


Рисунок В.2 - Динамика штрафов и пени полученной предприятием (тыс. руб.)

Таблица В.1 – Рекомендации по увеличению прибыли предприятия

Проблема (недостатки деятельности)	Пути решения
1. Сокращение объемов выпуска продукции	1. Производство витаминизированной воды «Вторая жизнь» 2. Использование стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций
2. Увеличение расходов от прочих видов деятельности	1. Факторинг 2. Контроль за своевременным выполнением обязательств

ПРИЛОЖЕНИЕ А
(обязательное)

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «КРАСНОГОРСКОЕ»

Таблица А.1 - Основные показатели ПХД и финансового состояния предприятия

Показатели	Ед. изм.	2013 год	2014 год	2015 год	Темп роста, %		
					2014 г. 2013 г.	2015 г. 2014 г.	2015 г. 2013 г.
1. Выручка от продажи продукции	тыс. руб.	77811	71235	65376	91,5	91,8	84,09
2. Себестоимость продукции	тыс. руб.	66972	61593	63830	92,0	103,6	95,3
3. Коммерческие расходы	тыс. руб.	7279	7504	-	103,1	-	-
4. Прибыль от продаж	тыс. руб.	3560	2138	1546	60,1	72,3	43,4
5. Рентабельность продукции	%	5,32	3,47	2,42	65,3	69,8	45,6
6. Чистая прибыль	тыс. руб.	2328	1915	515	82,3	26,9	22,1
7. Среднесписочная численность ППП	чел.	64	67	68	104,7	101,5	106,3
8. Выработка одного работника ППП	тыс. руб.	1677	1207	961	72,0	79,6	57,3
9. Фонд заработной платы ППП	тыс. руб.	12933	13834	14395	107,0	104,1	111,3
10. Среднемесячная заработная плата работника	руб.	16840	17206	17641	102,2	102,5	104,8
11. Стоимость собственного капитала	тыс. руб.	14567	17923	21332	123,0	119,0	146,4
12. Стоимость внеоборотных активов	тыс. руб.	19854	27089	58561	136,4	216,2	295,0
13. Стоимость основных фондов	тыс. руб.	17654	26497	53493	150,1	201,9	303,0
14. Стоимость оборотных средств	тыс. руб.	22689	27059	33896	119,3	125,3	149,4
15. Фондоотдача основных фондов	руб.	4,4	2,7	1,2	61,4	44,4	27,3
16. Фондовооруженность работника ППП	тыс. руб.	276	395	787	143,1	199,2	285,1
17. Коэффициент независимости	%	53,8	44,1	6,6	82,0	15,0	12,3
18. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-	-0,23	-0,33	-1,1	143,5	333,3	478,3
19. Коэффициент текущей ликвидности	-	1,87	1,19	0,45	63,6	37,8	24,1
20. Коэффициент восстановления платежеспособности	-	0,9	0,43	0,04	47,8	9,3	4,4