

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»  
институт  
«Экономика и менеджмент»  
кафедра

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
И. В. Панасенко  
подпись      инициалы, фамилия  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.01 Экономика  
код – наименование направления

Пути повышения прибыли и рентабельности предприятия на примере  
ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза»  
тема

Руководитель \_\_\_\_\_ Е.Л. Прокопьева  
подпись, дата      должность, ученая степень      инициалы, фамилия

Выпускник \_\_\_\_\_ А.А. Глеклер  
подпись, дата      инициалы, фамилия

Абакан 2016

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме Пути повышения прибыли и рентабельности производства на примере ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза»

Консультанты по  
разделам:

Теоретическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Е.Л. Прокопьева  
инициалы, фамилия

Аналитическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Е.Л. Прокопьева  
инициалы, фамилия

Проектная часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Е.Л. Прокопьева  
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Н.Л. Сигачева  
инициалы, фамилия

**РЕФЕРАТ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**  
**в форме бакалаврской работы**

Тема выпускной квалификационной работы: Пути повышения прибыли и рентабельности предприятия на примере ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза»

ВКР выполнена на 65 страницах, с использованием 2 иллюстраций, 34 таблиц, 12 формул, 2 приложений, 28 использованных источников, 9 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, увеличение, экономическая эффективность, деятельность предприятия, финансовый результат.

Автор работы (72-3)

\_\_\_\_\_

А.А. Глеклер

инициалы, фамилия

Руководитель работы

\_\_\_\_\_

Е.Л. Прокопьева

инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы - 2016

Цель: определение резервов и путей повышения прибыльности и рентабельности на конкретном предприятии.

Задачи: изучение теоретических аспектов, сущности и понятия прибыли и рентабельности; проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза»; разработка мероприятий, направленных на повышение прибыли и рентабельности предприятия.

Актуальность темы: проблема анализа прибыли и рентабельности как способа определения путей и резервов повышения финансово-хозяйственной деятельности всегда актуальна для любого предприятия любой формы собственности, а они в свою очередь составляют основу рыночной экономики страны в целом.

Выводы: в целом предприятие является финансово не устойчивым. Слабые стороны в том, что заемный капитал преобладает над собственным. Для улучшения финансового состояния, предлагается расширить производство, с целью повышения прибыли и рентабельности предприятия.

## SUMMARY

The topic of the final qualifying paper is: Ways to increase profits and profitability of the enterprise on the example of the LLC «Trade-purchase company «Irkutsk maslosyrbaza»

The paper includes 65 pages, 2 illustration, 34 tables, 12 formulas, 2 appendixes, 28 references, 9 sheets of illustrative material (slides).

Keywords : profit, profitability, increase, economic efficiency, enterprise, activities of the company, the financial result.

The author (gr. 72-3)

\_\_\_\_\_

signature

A.A. Glekler

initials, surname

The supervisor

\_\_\_\_\_

signature

E.L. Prokopeva

initials, surname

Norm control in English

\_\_\_\_\_

signature

E.A. Nikitina

initials, surname

The year of the paper - 2016

Aim: the definition reserves and to ways to improve profitability and efficiency in a particular enterprise.

Problem: to study the theoretical aspects, the spirit and the concept of profit and profitability; analysis of financial and economic activity of LLC «Trade-purchase company «Irkutsk maslosyrbaza»»; development of measures aimed at increasing profits and profitability.

The relevance of the topic: the problem income and profitability analysis as a means of identifying ways to increase reserves and financial activities is always relevant for any enterprise of any form of property, and they in turn form the basis of the market economy as a whole.

Conclusions: In general, the enterprise is not financially sustainable. Weaknesses that extra capital predominates over private. To improve the financial condition, it is proposed to expand production in order to increase profits and profitability.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО

«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ И.В. Панасенко

подпись    инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**ЗАДАНИЕ**  
**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**  
**в форме бакалаврской работы**

Студенту Глеклер Алина Андреевна

фамилия, имя, отчество

Группа 72-3 Направление 38.03.01 Экономика

номер

код

наименование

Тема выпускной квалификационной работы: Пути повышения прибыли и рентабельности предприятия на примере ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза»

Утверждена приказом по институту № 167 от 1.03.16

Руководитель ВКР Е. Л. Прокопьева, доцент кафедры «Экономика и менеджмент», кандидат экономических наук

инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР форма №1 «Бухгалтерский баланс», форма №2 «Отчет о финансовых результатах»

Перечень разделов ВКР 1. Теоретическая часть. Теоретические основы формирования прибыли и рентабельности предприятия; 2. аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза»; 3. Проектная часть. Инвестиционный проект, направленный на повышение рентабельности предприятия.

Руководитель ВКР

\_\_\_\_\_   
подпись

Е.Л. Прокопьева   
инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_   
подпись, инициалы и фамилия студента

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1 Теоретическая часть. Теоретические основы формирования прибыли и рентабельности предприятия.....	8
1.1 Сущность, функции и источники формирования финансовых результатов.....	8
1.2 Экономические факторы, определяющие величину прибыли и Рентабельности.....	14
1.3 Методы повышения прибыли и рентабельности.....	19
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза».....	23
2.1 Характеристика предприятия.....	23
2.2 Анализ капитала.....	25
2.3 Анализ финансового состояния.....	30
2.4 Управленческий анализ.....	34
2.5 Заключительная оценка деятельности предприятия.....	37
3 Проектная часть. Инвестиционный проект, направленный на повышение рентабельности предприятия.....	39
3.1 Описание проекта и маркетинговый анализ.....	39
3.2 Экономические показатели проекта и оценка его эффективности.....	44
Заключение.....	56
Список использованных источников.....	58
Приложение А - Б.....	62

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в условиях рыночной экономики появляется всё больше и больше торговых предприятий. Каждое предприятие стремится получить как можно больше прибыли, вкладывая при этом в производство как можно меньше затрат.

Для обеспечения прибыльности своего дела предпринимателю следует глубоко анализировать сложившуюся ситуацию, как на рынке, так и внутри самого предприятия. Достижение главной цели - максимизации прибыли, возможно, только при правильном и продуманном планировании деятельности торгового предприятия.

В современной рыночной экономике значение прибыли огромно. Это экономическая категория, характеризующая результат финансовой деятельности предприятия. Это тот показатель, который наиболее полно отражает эффективность производства, объем и качество производимой продукции, уровень себестоимости, состояние производительности труда.

Существует два основных показателя эффективности деятельности предприятия: прибыль и рентабельность. Первый из них, собственно говоря, и является целью работы предприятия, второй показатель - показатель рентабельности позволяет точно оценить уровень развития торгового предприятия, как в целом, так и с различных сторон его деятельности.

Показатель рентабельности является обобщающим показателем экономической эффективности производства. Рентабельность означает доходность, прибыльность предприятия. Она рассчитывается путём сопоставления валового дохода или прибыли с затратами или используемыми ресурсами.

На предприятиях производят расчет нескольких видов рентабельности: рентабельность продаж, рентабельность основной деятельности, рентабельность активов, рентабельность основного капитала, рентабельность собственного капитала.



Выбранная тема бакалаврской работы является актуальной, так как проблема анализа прибыли и рентабельности как способа определения путей и резервов повышения финансово-хозяйственной деятельности всегда актуальна для любого предприятия любой формы собственности, а они в свою очередь составляют основу рыночной экономики страны в целом.

Объектом исследования является ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза».

Предметом исследования являются финансовые результаты деятельности и рентабельности ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» за 2013-2015 гг.

Главной целью данной работы является определение резервов и путей повышения прибыльности и рентабельности на конкретном предприятии.

Основными задачами данной работы являются:

- изучение теоретических аспектов, сущности и понятия прибыли и рентабельности;
- проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза»;
- разработка мероприятий, направленных на повышение прибыли и рентабельности предприятия.

Практической основой работы являются следующие внутренние материалы:

- устав ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза»;
- бухгалтерская отчетность ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» за 2013-2015 гг.

Так же были использованы источники учебной и периодической литературы, методические материалы по анализу финансовых результатов и рентабельности.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех основных глав, заключения, списка литературы и приложений.

# **ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **1.1 Сущность, функции и источники формирования финансовых результатов**

Прибыль – это важнейший показатель, который характеризует финансовый результат деятельности предприятия. Это денежное выражение создаваемых предприятиями накоплений. По прибыли определяются доля доходов учредителей и собственников предприятия, размеры дивидендов и других доходов. Прибыль является показателем для определения рентабельности предприятия [21].

Как экономическая категория, прибыль отражает чистый доход, полученный в процессе предпринимательской деятельности предприятия. Она является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, качество и объем продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости продукции.

Как известно, целью любого современного предприятия является получение прибыли. Прибыль, полученная в процессе производства и реализации продукции, позволяет предприятию обновлять основные фонды, увеличивать объемы производства, внедрять новые технологии, то есть создавать все условия для дальнейшего роста эффективности производства и повышения конкурентоспособности продукции.

Как важнейшая категория рыночных отношений, прибыль выполняет следующие функции:

- является показателем, наиболее полно отражающим эффективность деятельности предприятия. Прибыль всегда являлась признаком эффективного управления материальными, человеческими, финансовыми и прочими ресурсами, находившимися в распоряжении предприятия. Финансовые

результаты, полученные предприятиями, являются основой внутреннего валового продукта и отражают эффективность функционирования экономики страны.

- оказывает стимулирующее воздействие на повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Благополучие предприятия зависит как от величины прибыли, так и от алгоритма её распределения, когда ориентируясь на размер прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия, собственники принимают решение по поводу дивидендной и инвестиционной политики, проводимой с учетом перспектив развития предприятия.

- является источником формирования бюджетных ресурсов и внебюджетных фондов. Прибыль поступает в бюджеты в виде налогов и сборов, экономических санкций. Так же за счет прибыли осуществляется формирование поощрительных фондов для стимулирования работников предприятия.

Само понятие “прибыль” включает в себя различные ее виды, которые характеризуются терминами, требующими определенной систематизации. Рассмотрим систематизацию по наиболее важным классификационным признакам.

По источникам формирования прибыли, используемым при ее расчете. В настоящее время в бухгалтерском учете выделяют следующие основные виды прибыли.

Прибыль от реализации продукции (Преал). Реализация продукции – это один из основных показателей планирования и оценки хозяйственной деятельности, кроме того, это источник формирования дохода предприятия.

Денежные средства, вырученные предприятием в процессе реализации, называются выручкой от реализации (Вреал), из которой возмещаются материальные затраты и формируется амортизационный фонд. Прибыль от реализации продукции называют доходами от обычных видов деятельности.

Прибыль от реализации продукции рассчитывается по формуле (1.1):

$$\text{Преал} = \text{Вреал} - \text{НДС} - \text{Акциз} - Z_m, \quad (1.1)$$

Где, НДС – сумма налога на добавленную стоимость;

$Z_m$  – материальные затраты.

Увеличение прибыли от реализации продукции – важная задача повышения эффективности производства. Основными факторами величины прибыли от реализации являются: объем реализации продукции, цена реализации продукции, себестоимость единицы продукции с учетом транспортных расходов, ассортиментные сдвиги в сторону увеличения доли более рентабельных видов продукции.

Валовая прибыль (Пвал) – означает совокупную прибыль организации, полученную за определенный период. Она определяется как разность между выручкой от продаж и себестоимостью реализованной продукции.

Валовая прибыль рассчитывается по формуле (1.2):

$$\text{Пвал} = \text{Впр} - \text{Себестоимость} \quad (1.2)$$

Где, Впр – выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг;

С – себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг.

Прибыль (убыток) от продаж (Ппр) формируется как разность между выручкой от продаж и полной себестоимостью реализованной продукции, которая включает в себя себестоимость продукции, а также коммерческие и управленческие расходы.

Прибыль (убыток) от продаж рассчитывается по формуле (1.3):

$$\text{Ппр} = \text{Впр} - \text{С} - \text{Рк} - \text{Рупр} \quad (1.3)$$

Где, Рк – коммерческие расходы;

Рупр – управленческие расходы.

Финансовый результат от всех видов деятельности обычно выражается показателем прибыль (убыток) до налогообложения (Пдн), рассчитывается по формуле (1.4):

$$\text{Пдн} = \text{ПП} + \text{ДО} - \text{РО} + \text{ПД} - \text{ПР} \quad (1.4)$$

Где, ПП – прибыль от продаж;

ДО и РО – доходы и расходы от обычных видов деятельности;

ПД и ПР – прочие доходы и расходы.

Прибыль от обычных видов деятельности – это разность между доходами от обычных видов деятельности и расходами, связанными с их осуществлением.

Доходы от обычных видов деятельности представляют собой выручку от продажи товаров и продукции, а так же поступления, связанные с выполнением и оказанием услуг.

Расходы по обычным видам деятельности связаны с изготовлением и продажей продукции, оказанием услуг, выполнением работ (это себестоимость, коммерческие и управленческие расходы).

Кроме этого в процессе деятельности предприятия могут возникнуть чрезвычайные ситуации (стихийные бедствия, пожары, аварии и прочие), которые влекут за собой не только доходы, но и расходы. Сумма прибыли от обычных видов деятельности и сальдо чрезвычайных результатов представляют собой чистую прибыль предприятия.

Чистая прибыль – это прибыль, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты налогов, сборов, прочих отчислений и обязательных платежей в бюджет. Объем чистой прибыли зависит от объема валовой прибыли и величины налогов.

Распределение и использование прибыли является важнейшим хозяйственным процессом, обеспечивающим как покрытие потребностей самого предприятия, так и в целом формирование доходов государства.

Механизм распределения прибыли должен быть построен таким образом, чтобы способствовать повышению эффективности производства, стимулировать развитие новых форм хозяйствования.

Распределение чистой прибыли – одно из направлений внутрифирменного планирования, значение которого в условиях рыночной экономики постоянно возрастает. Порядок распределения и использования прибыли на предприятии фиксируется в уставе предприятия. Основными расходами, финансируемыми из прибыли, являются расходы на развитие производства, социальные нужды трудового коллектива, а так же на материальное поощрение работников и благотворительные цели.

Для оценки эффективности работы предприятия необходимо определить не только абсолютные показатели, такие как прибыль. Наличие и величина прибыли не дает возможности определить степень эффективности предприятия. Поэтому для определения эффективности предприятия принято использовать относительный показатель. Таким показателем является рентабельность.

Рентабельность происходит от слова рента, что означает в буквальном смысле доход. Соответственно рентабельность – это прибыльность, доходность предприятия, которая измеряется в процентах.

Иными словами рентабельность означает процентное соотношение полученной прибыли к затраченным ресурсам.

Наиболее часто используются такие показатели рентабельности, как:

- рентабельность основной деятельности;
- рентабельность продаж;
- рентабельность активов;
- рентабельность собственного капитала.

А теперь рассмотрим эти показатели более подробно.

Рентабельность основной деятельности относится к затратным показателям. Она позволяет провести оценку полученного объема продукции на 1 затраченный рубль.

Рассчитывается как соотношение между прибылью от продаж и суммой себестоимости продукции, в которую входят:

- себестоимость проданных товаров, работ или услуг;
- коммерческие расходы;
- управленческие расходы.

Рентабельность основной деятельности показывает, способно ли предприятие самостоятельно покрыть свои расходы полученной прибылью. Рентабельность основной деятельности рассчитывается по формуле (1.5):

$$R_{од} = \text{Прибыль от продаж} / \text{Затраты} \quad (1.5)$$

Рентабельность продаж – это показатель финансовой результативности деятельности предприятия. Он показывает, какую часть полученной выручки предприятия составляет прибыль.

Рентабельность продаж рассчитывается по формуле (1.6):

$$R_{п} = \text{Прибыль от продаж} / \text{Выручку} \quad (1.6)$$

Рентабельность продаж показывает нам какой на самом деле является деятельность предприятия - прибыльной или убыточной. Но она не может определить насколько выгодны будут вложения в эту деятельность. Для этого необходимо произвести расчет рентабельности активов и рентабельности собственного капитала.

Рентабельность активов показывает финансовую отдачу от использования всех активов предприятия. Рентабельность активов рассчитывается по формуле (1.7):

$$R_{активов} = \text{чистая прибыль} / \text{активы} \quad (1.7)$$

Наибольший интерес для инвесторов представляет показатель рентабельности собственного капитала. В отличие от рентабельности активов, он учитывает только чистый собственный капитал, а не все активы

предприятия, в которые могут вливаться и привлеченные средства, потраченные на приобретение имущества.

Рентабельность собственного капитала рассказывает нам о том, с какой отдачей работают деньги собственников, вложение в капитал предприятия. Иными словами, при помощи этого показателя мы можем узнать, сколько прибыли приносит каждый рубль собственного капитала.

Рентабельность собственного капитала рассчитывается по формуле (1.8):

$$R_{ск} = \text{Пр} / \text{СК} * 100 \quad (1.8)$$

Где, Пр – чистая прибыль.

СК – собственный капитал. Для более информативного расчета берется среднегодовой показатель собственного капитала.

## **1.2 Экономические факторы, определяющие величину прибыли и рентабельности**

Для того, чтобы принимать организационно-технические и хозяйственно-управленческие решения, создавать благоприятные условия реализации планов и программ по увеличению прибыли, необходимо знать основные резервы и пути воздействия на ее величину.

Уровень и сумма прибыли складываются под влиянием множества факторов, которые воздействуют на неё как положительно, так и отрицательно. Факторы, влияющие на прибыль, многочисленны и разнообразны. Они делятся на основные, которые оказывают определяющее влияние на уровень и сумму прибыли, и второстепенные.

Помимо этого, все факторы, влияющие на прибыль и рентабельность, можно разделить на две группы:

- факторы внешней среды или объективные;
- факторы внутренней среды или субъективные.



В современных российских условиях важную роль играют факторы внешней среды.

Факторы внешней среды не зависят от деятельности предприятия, но могут оказать значительное влияние на прибыль. К ним относятся:

Рыночно-конъюнктурные:

- экономическая ситуация в стране;
- уровень инфляции;
- повышение конкурентоспособности в оказании услуг;
- диверсификация деятельности предприятия, т.е. расширение ассортимента выпускаемой продукции;
- организация эффективной рекламы новых видов продукции;
- развитие внешнеэкономических связей;
- изменение тарифов и цен на поставляемые виды услуг и продукцию,

Хозяйственно-правовые и административные:

- налоговая и кредитная политика государства и коммерческих банков;
- нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия;
- государственное регулирование тарифов и цен.

Одни из этих факторов прямо влияют на прибыль, другие опосредованно, через товарооборот или издержки производства и обращения.

Внутренние факторы напрямую зависят от работы самого предприятия, а так же характеризуют работу его коллектива.

Среди внутренних можно выделить следующие группы факторов:

1. Материально-технические:

- состояние материально-технической базы предприятия. Это использование новых технологий, проведение модернизации и реконструкции материально-технической базы. Предприятие, располагающее современной и развитой материально-технической базой, имеет предпосылки для постоянного увеличения объема производства, а это влечет за собой увеличение массы получаемой прибыли и повышение рентабельности;

- фондовооруженность и техническая вооруженность труда работников. Чем выше оснащенность работников современным оборудованием, тем выше их производительность труда;

- моральный и физический износ основных фондов. Этот фактор очень важен для повышения рентабельности производства. Использование изношенных основных фондов, морально устаревшее оборудование не позволяют рассчитывать на увеличение прибыли в перспективе;

- фондоотдача. С повышением фондоотдачи увеличивается эффективность использования средств, вложенных в основные фонды;

- скорость оборачиваемости оборотных средств;

- уровень механизации производства и др.

## 2. Организационно-управленческие:

- уровень модернизации и реконструкции производства. Рынок технологий и технологического оборудования позволяет снижать себестоимость за счет снижения энергоемкости и материалоемкости продукции, в свою очередь это позволяет увеличивать долю прибыли в цене продукции;

- разработка стратегии и тактики деятельности предприятия;

- освоение новых, более совершенных видов продукции и услуг.

Расширение ассортимента продукции дает возможность увеличения объема реализации продукции, а, следовательно, и прибыли предприятия.

- деловая репутация предприятия. Представляет собой мнение о потенциальных возможностях предприятия, сформировавшееся у потребителей. Высокая деловая репутация предприятия дает возможность получения дополнительной прибыли и повышения рентабельности;

- информационное обеспечение. Ускоренное продвижение товаров в торговую сеть способствует увеличению товарооборота и снижению текущих расходов, в результате чего масса и уровень прибыли возрастают.

## 3. Экономические:

- снижение уровня дебиторской задолженности. Своевременное взыскание дебиторской задолженности способствует ускорению оборачиваемости оборотных средств, а, следовательно, и увеличению прибыли;

- применяемый порядок ценообразования. От размера прибыли, включаемой в стоимость товара, зависит сумма получаемой прибыли. Постоянный рост доли прибыли в стоимости товара может привести к обратному результату;

- объем производства продукции. С помощью увеличения объема производства продукции предприятие может снизить себестоимость единицы продукции за счет уменьшения ряда затрат;

- объем реализации продукции. При неизменной доле прибыли в стоимости товара рост объема продажи продукции позволяет получать большую сумму прибыли;

- структура реализации продукции. Расширение ассортимента выпускаемой продукции способствует увеличению объемов реализации продукции;

- снижение себестоимости продукции;

- налоговое планирование;

- осуществление режима экономии. Комплекс мер, направленных на наиболее рациональное использование всех видов ресурсов. Он позволяет сравнительно снижать текущие затраты предприятия и увеличивать сумму получаемой прибыли. Под режимом экономии понимается относительное снижение текущих расходов, а не абсолютное.

4. Социальные:

- повышение квалификации работников;

- создание благоприятных условий труда и отдыха работников.

Кроме того, внутренние факторы делятся на производственные и непроизводственные.

К внепроизводственным факторам относятся:

- организация реализации выпускаемой продукции;

- снабжение товарно-материальными ценностями;
- организация финансовой и экономической работы на предприятии;
- природоохранная деятельность предприятия;
- социальные условия труда и быта работников предприятия [21].

Производственные факторы отражают наличие и использование основных элементов производственного процесса, участвующих в формировании прибыли.

В свою очередь производственные факторы могут подразделяться на экстенсивные и интенсивные.

К экстенсивным относят факторы, которые отражают объём производственных ресурсов, их использования во времени и непроизводительное использование ресурсов, воздействуют на процесс получения прибыли через количественные изменения:

- финансовых ресурсов;
- времени работы оборудования;
- объема средств и предметов труда;
- численности персонала;
- фонда рабочего времени и др.

К интенсивным относятся факторы, отражающие эффективность использования ресурсов, воздействуют на процесс получения прибыли через «качественные» изменения:

- внедрение прогрессивных технологий;
- использование прогрессивных материалов, совершенствование технологии его обработки;
- повышение производительности оборудования;
- ускорение оборачиваемости оборотных средств;
- повышение квалификации и производительности персонала;
- снижение трудоёмкости и материалоёмкости продукции;
- совершенствование организации труда и др.

Все эти факторы действуют не изолированно, а в комплексе влияют на прибыль и рентабельность предприятия [2].

В ходе осуществления хозяйственной деятельности, связанной с производством, реализацией продукции и получением прибыли, внутренние и внешние факторы находятся в тесной зависимости друг с другом.

Степень влияния всех вышеперечисленных факторов зависит не только от соотношения их самих, но так же и от стадии жизненного цикла предприятия, от профессионализма его менеджеров. Влияние отдельных факторов невозможно оценить количественно. Примером может служить деловая репутация предприятия, то есть сформировавшееся у потребителя мнение по различным аспектам его деятельности, основой которой является безусловное выполнение обязательств и установление многолетних традиций работы. Высокая репутация позволяет повышать рентабельность предприятия и рассчитывать на дополнительную прибыль. Никакое предприятие не может работать в изоляции. Оно постоянно взаимодействует с внешней средой: с продавцами и производителями товаров, с покупателями (населением), с государственными учреждениями и общественными организациями. Совокупность всех этих факторов оказывает влияние на эффективность работы предприятия, его рентабельность и величину прибыли.

Средства труда, предметы труда и трудовые ресурсы являются не только факторами формирования прибыли, но и служат основой для определения направлений поиска резервов её повышения. Их рациональное и эффективное использование способствует увеличению выпуска продукции в натуральном выражении и повышению качества производимых изделий. В результате уменьшается объём средств, расходуемых на производство единицы продукции. Соответственно снижаются такие показатели, как материалоёмкость, трудоёмкость, фондоотдача, себестоимость. В свою очередь, нерациональное использование ресурсов приводит к увеличению объёма этих показателей на единицу выпускаемой продукции. А это снижает показатели, характеризующие интенсивность развития и эффективность хозяйствования.

Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратно пропорциональной зависимости: снижение себестоимости приводит к росту прибыли и наоборот.

Факторы рентабельности производства могут носить экстенсивный и интенсивный характер. Экстенсивные факторы оказывают влияние на рентабельность путём изменения количества реализованной продукции, а интенсивные – на рост реализационных цен и снижение себестоимости продукции.

### **1.3 Методы повышения прибыли и рентабельности предприятия**

Путь повышения прибыли и рентабельности предприятия является одной из основных задач, которые стоят перед руководством предприятия. В настоящее время многие предприятия стараются планировать свою деятельность, благодаря чему могут реально оценивать свои доходы и расходы.

Анализ рентабельности производимой продукции поможет выявить внутренние резервы снижения себестоимости продукции, пути повышения качества продукции для возможного увеличения цен. Это в свою очередь повысит рентабельность производства, а значит, улучшит финансовое, социально-экономическое положение предприятия.

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

Таким образом, из факторов рентабельности производства следуют и пути её повышения.

Уменьшению затрат на производство продукции способствуют следующие мероприятия:

- расширение объемов производства продукции и улучшение её качества;
- улучшение политики сбыта, возможное снижение цен, разработка систем скидок и дисконтов для реализации запасов;
- снижение материалоемкости продукции;
- применение прогрессивных информационных технологий, направленных на сбережение ресурсов, информационных технологий, малоотходных технологий, современных форм амортизации, различных научных и опытно-конструкторских технологий, которые с течением времени также могут принести существенный доход, разработка технологий, позволяющих существенно снизить брак на производстве;
- снижение затрат по переработке, транспортировке и хранению материалов, снижение потерь материалов;
- вторичное использование ресурсов;
- экономия электроэнергии при работе энергоемких производств;
- кадровая политика предприятия, когда предпочтение отдаётся высококвалифицированным специалистам, которые могут совмещать несколько должностей, так же направление сотрудников на курсы переподготовки;
- повышение производительности труда, создание и поддержание благоприятной обстановки в рабочем коллективе, совершенствование системы организации и оплаты труда работников, повышение мотивации труда;
- эффективное использование оборудования, снижение затрат на основные средства путём ликвидации ненужных основных средств;
- поиски новых поставщиков на более выгодных условиях для закупки более дешевых материалов и сырья;
- поиски новых рынков сбыта благодаря маркетинговой политике;

- улучшение организации политики коммуникаций, проведение различных акций, конкурсов, улучшение рекламы для продажи товаров потребителям;

- постоянное совершенствование методов работы на предприятии;

- повышение технической оснащенности предприятий [27].

Рентабельность показывает, насколько прибыльна деятельность предприятия, чем выше коэффициенты рентабельности, тем эффективней деятельность. Следовательно, предприятие должно стремиться к более высоким показателям, а руководство должно определить дальнейшие пути повышения рентабельности.

Наибольшее внимание надо уделить направлению использования прибыли, которое определяются предприятием самостоятельно. Прибыль может быть направлена на отчисления в резервный капитал, образование фондов накопления и фондов потребления, отвлечения на благотворительные и другие цели, а так же на расширение деятельности предприятия за счет собственных источников финансирования. Помимо этого существует и другая альтернатива – свои собственные средства вложить в ценные бумаги других крупных компаний. Например, сформировать инвестиционный портфель, грамотно осуществлять управление и через определенное время получить доход, а затем вложить его в свое предприятие для улучшения конкурентоспособности, финансового состояния предприятия.

Таким образом, теоретический анализ рентабельности производства показал, что методы ее количественного измерения постоянно находятся в центре внимания. В современных рыночных отношениях планирование экономической деятельности любого предприятия является важной предпосылкой свободного производства и предпринимательства, распределения и потребления ресурсов и товаров. Главной целью планирования является получение максимальной прибыли. Достичь ее предприятие может двумя известными способами роста доходов: за счет экономного распределения



ресурсов, что происходит за счет планирования снижения затрат, и на основе приращения используемого капитала.

Планирование прибыли и рентабельности – это процесс определения и расчета прибыли на основе имеющегося объема производства и использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю и снижению затрат на производство. В условиях развитой конкуренции этим достигается не только главная цель предпринимательства, но и происходит удовлетворение общественных потребностей. Прибыль для предприятий является тем сигналом, который указывает, где можно добиться наибольшего прироста стоимости и создает стимул для инвестирования в эти сферы. А убытки, в свою очередь, выявляют ошибки и просчеты в направлении средств, организации производства и сбыта продукции.

## **АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТОРГОВО- ЗАКУПОЧНАЯ КОМПАНИЯ «ИРКУТСКАЯ МАСЛОСЫРБАЗА»**

### **2.1 Общая характеристика ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза»**

Общество с ограниченной ответственностью «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» является крупнейшим производителем сыров в Иркутской области. Предприятие существует более 70 лет, и за это время в Иркутской маслосырбазе накопился огромный опыт по производству плавленых сыров. Иркутская маслосырбаза освоила производство натурального сливочного масла, сливочно-растительных, растительно-жировых спредов. Так же, предприятие осуществляет поставку большого ассортимента твердых сыров непосредственно от производителей.

Популярность сыра, произведенного ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» основана на богатом опыте производства, использовании новейших технологий, строгом соблюдении санитарных и гигиенических норм и жестком контроле качества продукции. При производстве плавленых сыров предприятие, сохраняя традиционную рецептуру российского сыра, добавляет и новые "изюминки во всю гамму сортов. Эти "изюминки" позволяют Иркутской маслосырбазе удерживать лидирующие позиции на рынке сбыта в Иркутской области.

На предприятии предъявляются строгие требования к поступающему сырью, производственному процессу и контролю над качеством продукции (каждая партия проходит многоступенчатый контроль).

ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» постоянно расширяет свой ассортимент продукции. При производстве используется только самое качественное сырье от проверенных производителей и чистейшая вода Байкала, а также только натуральные вкусовые добавки. Вся

продукция предприятия сертифицирована и соответствует ГОСТу, выпускается на современном оборудовании, что обеспечивает высокое качество и спрос среди покупателей не только Иркутской области, но и в других регионах страны.

Производственные мощности позволяют обеспечить бесперебойную поставку продукции как небольшим, так и оптовым потребителям. Гибкая ценовая политика, индивидуальный подход к клиентам делают сотрудничество с предприятием перспективным для наших клиентов.

Общество с ограниченной ответственностью «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» учреждено и зарегистрировано Регистрационной палатой Администрации города Иркутск 26 апреля 2011 года по адресу 664014, г. Иркутск, ул. Воровского, д. 29. Компании был присвоен ОГРН 1113850014596 и выдан ИНН 3810320156.

Уставный капитал общества образован в размере 105000 рублей.

Предметами деятельности общества является осуществление предпринимательской деятельности.

Видами деятельности общества, согласно уставу являются:

- Торгово-закупочная и посредническая деятельность, розничная и оптовая торговля;
- Оптовая и розничная торговля молочными продуктами;
- Производство товаров народного потребления, продукции производственно-технического назначения, продуктов питания;
- Производство, заготовка и переработка сельскохозяйственной продукции;
- Предоставление имущества предприятиям и населению на условиях проката, аренды или лизинга.

Цели:

- Основной целью деятельности общества является получение прибыли.

Организационная структура ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» представлена на рисунке 2.1

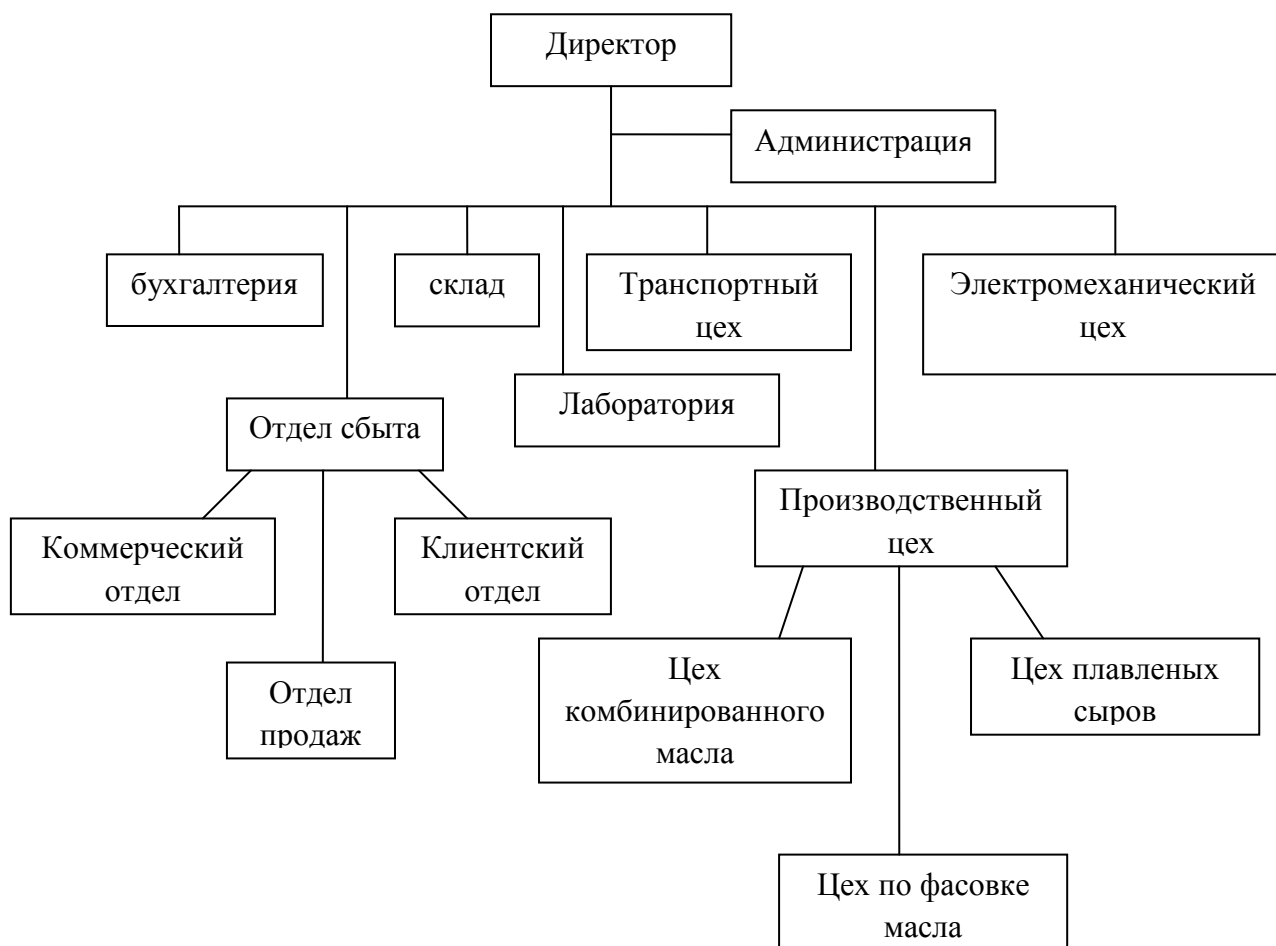


Рисунок 2.1 – Организационная структура

Организационная структура ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» представленная на рисунке 2.1, может быть охарактеризована как линейно-функциональная. Производство осуществляется в следующих цехах: цех комбинированного масла, цех плавленых сыров, цех по фасовке масла.

Для обеспечения нужд производства создана лаборатория и электромеханический цех.

## 2.2 Анализ капитала

Анализ структуры активов и пассивов бухгалтерского баланса является частью анализа имущественного положения организации при анализе финансового состояния предприятия. Анализ активов и пассивов баланса

позволяет проследить динамику их состояния в анализируемом периоде.

Анализ структуры и динамики статей баланса показывает:

- какова величина текущих и постоянных активов, как изменяется их соотношение, а также выявить источники финансирования;
- какие статьи растут опережающими темпами, и как это сказывается на структуре баланса;
- увидеть долю запасов и дебиторской задолженности в структуре активов;
- насколько велика доля собственных средств, и в какой степени компания зависит от заемных ресурсов;
- каково распределение заемных средств по срокам погашения;
- какую долю в пассивах составляет задолженность перед бюджетом, банками и трудовым коллективом.

Общий анализ структуры баланса представлен в таблице 2.1

Таблица 2.1 - Общий анализ структуры баланса

Актив	Сумма, тыс. руб	%	Пассив	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	12869,0	12,38	Собственный капитал	11597,0	11,16
Оборотные активы	91062,0	87,62	Заемный капитал	92334,0	88,84
Итого	103931,0	100	Итого	103931,0	100

Из данных таблицы 2.1 видно, что стоимость совокупного капитала вовлеченного в хозяйственную деятельность ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» на 2015 год составляет 103931 тыс. руб.

Оборотные активы превышают внеоборотные активы и составляют 91062 тыс. руб. Заемных средств у предприятия значительно больше, чем собственных, что характеризует предприятие как финансово не устойчивое.

Структура имущества представлена в таблице 2.2

Таблица 2.2 - Структура имущества

Актив	2014 г.		2015 г.	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	10081,0	9,96	12869,0	12,38
Оборотные активы	91177,0	90,04	91062,0	87,62
Итого	101259,0	100	103931,0	100

Рассмотрев данные таблицы 2.2 мы видим, что внеоборотные активы в 2015 году увеличились по сравнению с предыдущим годом на 2788 тыс. руб., оборотные активы наоборот уменьшились на 115 тыс. руб.

Рассмотрим структуру и динамику внеоборотных активов в таблице 2.3

Таблица 2.3 - Структура и динамика внеоборотных активов

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Всего внеоб. активов:	10081,0	100	12869,0	100	2788,0	27,65
Основные средства	10080,0	99,99	12868,0	99,99	2788,0	27,65
Незавершенное строительство	-	-	-	-	-	-
Доходные вложения в материальные ценности	-	-	-	-	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	-	-	-	-	-	-

Из таблицы 2.3 видно, что вся доля внеоборотных активов приходится на основные средства.

Структуру и динамику оборотных активов рассмотрим в таблице 2.4

Таблица 2.4 - Структура и динамика оборотных активов

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу
1	2	3	4	5	6	7
1. Запасы в т.ч.:	62703,0	100	63729,0	100	1026,0	1,64
сырье и материалы	-		-		-	
готовая продукция	-		-		-	
РБП	-		-		-	

#### Окончание таблицы 2.4

1	2	3	4	5	6	7
2. НДС	1085,0	100	111,0	100	-974,0	-89,77
3. Дебиторская задолженность	26888,0	100	24934,0	100	-1954,0	-7,26
4. Денежные средства	497,0	100	2171,0	100	1674,0	336,82
5. Краткосрочные финансовые вложения	-		-		-	
6. Прочие	5,0	100	117,0	100	112,0	2240,0

Проанализировав таблицу 2.4, можно сказать, что в период с 2014 по 2015 годы произошло увеличение оборотных активов. Сумма запасов в 2015 году незначительно увеличилась на 1,64%, а вот налог на добавленную стоимость уменьшился на 89,77%, дебиторская задолженность так же уменьшилась, но всего на 7,26%, в то время как денежные средства увеличились на 336,82%.

Величина оборотных активов в большей степени обусловлена запасами в размере 63729 тыс. руб. на конец отчетного периода.

Анализ оборачиваемости оборотных средств приведен в таблице 2.5

Таблица 2.5 - Анализ оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2014 г.	2015 г.
Выручка от продажи, тыс. руб.	292379,0	252936,0
Краткосрочные текущие активы, тыс. руб.	91062,0	91177,0
Оборачиваемость оборотных средств (1/2)	1,75	1,4
Продолжительность оборота (дн.)	102,8	129,7

Исходя из данных таблицы 2.5 видно, что выручка от продаж на предприятии уменьшилась. Оборачиваемость оборотных средств уменьшилась на 0,35, продолжительность оборота увеличилась на 27 дней.

Оборачиваемость дебиторской задолженности рассмотрим в таблице 2.6

Таблица 2.6 - Оборачиваемость дебиторской задолженности

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения
1	2	3	4
1. Дебиторская задолженность, тыс. руб.	26888,0	24934,0	-1954,0

Окончание таблицы 2.6

1	2	3	4
В том числе:			
Покупатели и заказчики	-	-	-
2. Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	292379,0	252936,0	-39443,0
3. Доля ДЗ в выручке от реализации	0,09	0,1	0,01
4. Оборачиваемость ДЗ (оборот)	10,87	10,14	-0,73

Изучив данные таблицы 2.6, можно сделать вывод, что дебиторская задолженность уменьшилась на 1954 тыс. руб., выручка от реализации продукции уменьшилась на 39443 тыс. руб. и в 2015 году составила 252936 тыс. руб.. Оборачиваемость дебиторской задолженности тоже уменьшилась.

Анализ дебиторской задолженности приведен в таблице 2.7

Таблица 2.7 - Анализ дебиторской задолженности

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения Сумма, тыс. руб.
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	
1. ДЗ всего	26888,0	100	24934,0	100	-1954,0
1.1. Покупатели и заказчики	-		-		-
1.2. Прочие дебиторы	-		-		-

Из таблицы 2.7 видно, что дебиторская задолженность уменьшилась. Данные по покупателям и заказчикам, прочим дебиторам отсутствуют.

Рассмотрим состояние и использование оборотных средств в таблице 2.8

Таблица 2.8 - Состояние и использование оборотных средств

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения
1	2	3	4
1. Средняя величина оборотных средств, тыс. руб.	55034,0	65209,0	10175,0
в том числе:			
- материальных оборотных средств	-	-	-
- средств в расчетах	-	-	-
- денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, тыс. руб.	497,0	2171,0	1674,0



## Окончание таблицы 2.8

1	2	3	4
2. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, %	3,5	2,8	-0,7
3. Длительность оборота, дни	102,8	129,7	26,9
4. Коэффициент закрепления, %	0,28	0,36	0,08
5. Доля оборотных средств в валюте баланса, %	0,54	0,63	0,09

В таблице 2.8 видно, что коэффициент оборачиваемости оборотных средств уменьшился на 0,7%, что свидетельствует о пониженной эффективности использования оборотных активов в целом по предприятию. Длительность оборота увеличилась, значит, потребуется больше капитала для обеспечения текущей деятельности предприятия.

Коэффициент закрепления увеличился на 0,08%. Доля оборотных средств в 2014 году составила 0,54%, в 2015 году 0,63%.

Рассмотрим структуру обязательств предприятия в таблице 2.9

Таблица 2.9 - Структура обязательств предприятия

№	Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения Сумма, тыс. руб.
		Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	
1	Всего источников в том числе:	101259,0	100	103931,0	100	2672,0
1.1	собственных	7512,0	7,42	11597,0	11,16	4085,0
1.2	заемных	93747,0	92,58	92334,0	88,84	-1413,0
	из них:					
1.2.1	долгосрочных	43067,0	42,53	30831,0	29,66	-12236,0
1.2.2	краткосрочных	50679,0	50,04	61503,0	59,18	10824,0

По данным таблицы 2.9 можно сделать вывод, что собственный капитал увеличился на 4085 тыс. руб., в структуре пассива составляет 11,16%, а заемный наоборот уменьшился на 1413 тыс. руб. и составил 88,84% в структуре пассива.

Были выплачены долгосрочные обязательства 12236 тыс. руб., и взяты краткосрочные в размере 10824 тыс. руб.

Структура заемного капитала представлена в таблице 2.10

Таблица 2.10 - Структура заемного капитала предприятия

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	%
1. Всего заемного капитала	93746,0	100	92334,0	100	-1412,0	-1,5
1.1. Кредиты и займы	72841,0	77,7	62440,0	67,62	-10401,0	-14,28
1.2. Кредиторская задолженность	20900,0	22,29	29886,0	32,37	8986,0	42,9

По данным таблицы 2.10 можно сказать, что по кредитам и займам в 2015 году было выплачено 10401 тыс. руб., что составило 14,28%. Кредиторская задолженность увеличилась на 42,9% и в 2015 году составила 29886 тыс. руб.

### 2.3 Анализ финансового состояния

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

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

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

Агрегированный аналитический баланс приведен в таблице 2.11

Таблица 2.11 – Агрегированный аналитический баланс, тыс. руб.

Статьи	2014 г.	2015 г.
<b>Актив</b>		
1. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	497,0	2171,0
2. Дебиторская задолженность и прочие оборотные активы	26893,0	25051,0
3. Запасы и затраты	63788,0	63729,0
Всего текущих активов (оборотных средств)	91177,0	91062,0
4. Имобилизованные средства (внеоборотные активы)	36969,0	37803,0
Итого активов (имущество)	101259,0	103931,0
<b>Пассив</b>		
1. Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы	20900,0	29886,0
2. Краткосрочные кредиты и займы	29780,0	31617,0
Всего краткосрочный заемный капитал (краткосрочные обязательства)	50679,0	61503,0
3. Долгосрочный заемный капитал (долгосрочные обязательства)	43067,0	30831,0
4. Собственный капитал	7512,0	11597,0
Итого пассивов (капитал)	101259,0	103931,0

Из таблицы 2.11 видно, что денежные средства и краткосрочные финансовые вложения увеличились на 1674 тыс. руб., кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы увеличились на 8986 тыс. руб., долгосрочный заемный капитал уменьшился на 12236 тыс. руб., собственный капитал увеличился на 4085 тыс. руб.. Остальные показатели изменились незначительно.

Рассмотрим группировку статей баланса в таблице 2.12

Таблица 2.12 - Группировка статей баланса, тыс. руб.

Актив	2014 г.	2015 г.	Пассив	2014 г.	2015 г.
Наиболее ликвидные активы	497,0	2171,0	Наиболее срочные обязательства	20900,0	29886,0
Быстро реализуемые активы	26893,0	25051,0	Краткосрочные обязательства	29780,0	31617,0
Медленно реализуемые активы	63788,0	63840,0	Долгосрочные обязательства	43067,0	30831,0
Трудно реализуемые активы	10081,0	12869,0	Постоянные пассивы	7512,0	11597,0

Исходя из данных таблицы 2.12 видно, что наиболее ликвидные активы за 2015 год значительно выше, чем за 2014 год. Сумма всех активов за 2015 год превышает сумму всех активов за 2014 год, сумма пассивов также за 2015 год превышает пассивы за 2014 год.

Расчет коэффициентов ликвидности приведен в таблице 2.13

Таблица 2.13 - Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2014 г.	2015 г.	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,009	0,035	$\geq 0,1$
Коэффициент критической ликвидности	0,54	0,44	$\geq 0,7 - 0,8$
Коэффициент текущей ликвидности	1,8	1,48	$\geq 1,2 - 1,5$

Рассчитав в таблице 2.13 показатели ликвидности, делаем вывод, что все коэффициентные показатели кроме текущей ликвидности не удовлетворяют нормативным значениям.

Для оценки финансового состояния предприятия следует рассчитать показатели финансовой устойчивости, приведенные в таблице 2.14

Таблица 2.14 - Показатели финансовой устойчивости

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонения	
				2015/2013 гг.	2015/2014 гг.
1. коэффициент автономии	0,08	0,07	0,11	0,03	0,04
2. коэффициент соотношения заемных и собственных средств	11,76	12,48	7,96	-3,8	-4,52
3. коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	21,26	9,04	7,08	-14,2	-1,96
4. коэффициент маневренности	0,43	5,4	2,55	2,12	-2,85
5. коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками	0,06	0,64	0,46	0,4	-0,18

Рассмотрев данные таблицы 2.14, делаем вывод, что предприятие является финансово не устойчивым. Но за период с 2014 по 2015 годы наблюдается тенденция к улучшению его финансовой устойчивости.

Финансовые результаты предприятия приведены в таблице 2.15

Таблица 2.15 - Финансовые результаты

Показатели	2014 г., тыс. руб.	2015 г., тыс. руб.	Отклонения	
			сумма	%
Выручка от продаж	292379,0	252936,0	-39443,0	-13,5
Полная себестоимость	234168,0	188786,0	-45382,0	-19,4
Прибыль (убыток) от продаж	9255,0	10776,0	1521,0	16,4
Прибыль (убыток) до налогообложения	1663,0	2455,0	792,0	47,6
Налоги	365,0	495,0	130,0	35,6
Прибыль чистая	1292,0	1959,0	667,0	51,6

Рассмотрев данные таблицы 2.15, делаем вывод, что выручка от продаж уменьшилась на 39443 тыс. руб., что составляет 13,5%. Полная себестоимость уменьшилась на 45382 тыс. руб., а прибыль от продаж увеличилась на 1521 тыс. руб. Чистая прибыль увеличилась на 667 тыс. руб.

Эффективность работы предприятия характеризуют показатели деловой активности, которые представлены в таблице 2.16

Таблица 2.16 - Показатели деловой активности, %

№	Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения
1	Коэффициент деловой активности	2,9	2,4	-0,5
2	Фондоотдача основных средств	29,0	19,66	-9,34
3	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	3,5	2,78	-0,72
4	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	42,6	26,5	-16,1
5	Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	1,75	1,36	-0,39

По результатам показателей деловой активности, представленным в таблице 2.16, можно сделать следующие выводы. Все коэффициенты с 2014 по 2015 годы снизились. Коэффициент деловой активности снизился на 0,5%.

Фондоотдача снизилась на 9,34%, что свидетельствует о снижении эффективности использования основных средств. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала снизился на 16,1%. Это имеет отрицательное значение в первую очередь для учредителей предприятия. Коэффициент оборачиваемости заемного капитала снизился на 0,39%, что говорит об эффективном использовании заемного капитала.

Показатели рентабельности приведены в таблице 2.17

Таблица 2.17 - Показатели рентабельности, %

Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	Отклонения
Рентабельность продаж	3,2	4,2	1,0
Рентабельность основной деятельности	3,3	4,4	1,1
Рентабельность активов	1,3	1,9	0,6
Рентабельность собственного капитала	17,2	20,7	3,5

Рассмотрев данные таблицы 2.17, делаем вывод, что все показатели рентабельности с 2014 по 2015 годы имеют положительную динамику: рентабельность продаж увеличилась на 1%, что говорит об увеличении прибыли на единицу реализованной продукции; рентабельность активов увеличилась на 0,6% и это свидетельствует об увеличении прибыли с каждого рубля, вложенного в активы. Увеличившийся уровень рентабельности собственного капитала на 3,5% отражает увеличение отдачи средств, сформированных за счет вкладов собственников.

## 2.4 Управленческий анализ

Управленческий анализ – это анализ деятельности предприятия с целью принятия оптимальных управленческих решений, в ходе которого решаются следующие основные задачи:

- качественная оценка достоверности и полноты используемой информации;

- аналитическая интерпретация информации, имеющейся в финансовой, управленческой, статистической, производственной отчетности для получения достоверных выводов с позиций основных групп пользователей;

- оценка показателей и параметров издержек, доходов и финансовых результатов для обоснования управленческих решений;

- мониторинг развития деятельности для выявления неиспользованных возможностей повышения конкурентоспособности организации.

От правильности и результативности управленческого анализа зависит основной результат – прибыль, которая дальше становится объектом финансового анализа. Каждый вид анализа решает свою задачу единой стратегии анализа на предприятии [24].

Объем продукции приведен в таблице 2.18

Таблица 2.18 - Объем продукции

Объем продукции, тыс. руб.			
периоды	Реализация продукции	прочее	всего
2014 г.	292379,0	180,0	292559,0
2015 г.	252936,0	1297,0	254233,0

Из данных таблицы 2.18 видно, что в 2015 году по сравнению с 2014 годом объем продукции уменьшился.

Динамика экономических показателей представлена в таблице 2.19

Таблица 2.19 - Динамика основных экономических показателей

Показатели	2014 г., тыс. руб.	2015 г., тыс. руб.	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
1	2	3	4	5
1. Товарная продукция	292559,0	254233,0	-38326,0	-13,1
2. Затраты на производство продукции	36222,8	32835,0	-3387,7	-9,4
3. Выручка от продажи продукции, работ, услуг	292379,0	252936,0	-39443,0	-13,5
4. Себестоимость проданной продукции, работ и услуг	234168,0	188786,0	-45382,0	-19,4
5. Прибыль до налогообложения	1663,0	2455,0	792,0	47,6

### Окончание таблицы 2.19

1	2	3	4	5
6. Чистая прибыль	1292,0	1959,0	667,0	51,6
7. Стоимость имущества	10080,0	12868,0	2788,0	27,6

Из данных таблицы 2.19 видно, что товарная продукция в 2015 году по отношению к 2014 году уменьшилась на 38326 тыс. руб., что составило 13,1%. Себестоимость проданной продукции уменьшилась на 45382 тыс. руб. Чистая прибыль увеличилась на 667 тыс. руб., стоимость имущества увеличилась на 27,6%.

Численность работников предприятия рассмотрим в таблице 2.20

Таблица 2.20 - Количество работающих на предприятии, чел.

Наименование	Количество	
	2014 г.	2015 г.
Служащие	15	26
Вспомогательные рабочие	23	39
Основные рабочие	30	30
Итого	68	95

В таблице 2.20 показано, что численность рабочих в 2015 году увеличилась на 27 человек.

Фонд оплаты труда представлен в таблице 2.21

Таблица 2.21 - Динамика фонда оплаты труда работников

Вид оплат	Год				Отклонения Тыс. руб.
	2014 г.	2015 г.	Сумма, тыс. руб.	%	
Основная заработная плата	6869,1	14251,8	21120,9	65,25	7382,7
Премии	3794,2	4699,5	8493,7	26,23	905,3
Отпускные	863,4	1780,5	2643,9	8,17	917,1
Компенсации	9,64	31,4	41,04	0,13	21,76
Б/л за счет работодателя	18,37	52,1	70,47	0,22	33,73
Итого ФОТ	11554,7	20815,3	32370,0	100	9260,6

Из данных таблицы 2.21 видно, что в 2015 году произошло увеличение заработной платы на 7382,7 тыс. руб. Возросла сумма премий на 905,3 тыс. руб.



Всего фонд заработной платы в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 9260,6 тыс. руб.

Структуру и динамику себестоимости производимой продукции рассмотрим в таблице 2.22

Таблица 2.22 - Структура и динамика себестоимости производимой продукции

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Абс., тыс. руб.	Относ., тыс. руб.
Материальные затраты	23461,2	64,8	20123,4	61,3	-3337,8	-14,23
Затраты на оплату труда	8195,7	22,6	8195,7	24,9	0	0
Отчисления на соц. нужды	2458,7	6,81	2458,7	7,49	0	0
Амортизация	1245,9	3,4	1245,9	3,8	0	0
Прочее	861,3	2,39	811,3	2,47	-50	-5,8
Всего	36222,8	100	32835,0	100	-3387,8	-9,35

Из данных таблицы 2.22 видно, что себестоимость производимой продукции в 2015 году в сравнении с 2014 годом уменьшилась на 3387,8 тыс. руб. за счет уменьшения прочих расходов и материальных затрат.

Согласно обзору деятельности предприятия ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» можно отнести к среднему предприятию. На конец 2015 года сработало с положительным финансовым результатом, но более того, показатель чистой прибыли имеет положительную динамику и увеличилась на 51,6%.

Проанализировав активы предприятия, можно сказать, что в период с 2014 по 2015 годы произошло их увеличение. Величина активов на конец отчетного периода составляет 103931 тыс. руб.. Величина активов в большей степени обусловлена запасами в размере 63729 тыс. руб. на конец отчетного периода. Так же на предприятии имеются заемные средства в виде кредиторской задолженности в размере 29886 тыс. руб., которая за отчетный период увеличилась на 42,99%, что говорит о не очень стабильной работе предприятия.

По данным расчета коэффициента оборачиваемости оборотных активов уменьшился на 0,72%, из чего можно сделать вывод о не удовлетворительном использовании оборотных активов. Длительность оборота увеличилась, тем самым потребуется больше капитала для обеспечения текущей деятельности предприятия. Коэффициент оборачиваемости заемного капитала снизился на 0,39%, что говорит об эффективном использовании заемного капитала.

Анализ дебиторской задолженности показал, что задолженность составляет 0,3% от общего количества оборотных активов.

Денежные средства составляют 0,02%, от структуры активов, что говорит о трудном финансовом состоянии предприятия.

Проведя оценку пассивной части, выявим следующие замечания: на предприятии ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» заемный капитал значительно больше собственного, что характеризует предприятие как финансово не устойчивое.

Рассмотрев показатели рентабельности, можно сделать вывод, что все показатели рентабельности с 2014 по 2015 годы имеют положительную динамику.

Рассмотрев каждую часть бухгалтерского баланса, коэффициенты деловой активности, коэффициенты ликвидности, рентабельность, можно сделать следующие выводы: положительным моментом в деятельности предприятия можно считать то, что в анализируемом периоде предприятие сработало с положительным финансовым результатом. Кроме того, значение таких показателей, как прибыль и рентабельность имеют положительную динамику.

## **ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ, НАПРАВЛЕННЫЙ НА ПОВЫШЕНИЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **3.1 Описание проекта и маркетинговый анализ**

На предприятии ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» имеются такие проблемы как, финансовая неустойчивость предприятия, заемный капитал предприятия значительно превышает собственный. Показатели рентабельности хоть и имеют тенденцию роста, но все равно ниже среднестатистических показателей.

Для улучшения финансового состояния предприятия, а в первую очередь для увеличения показателей рентабельности был разработан данный инвестиционный проект.

Основной целью проекта является организация производства сыра «Гауда» с последующей реализацией продукции на рынок сыров в Иркутской области и извлечение прибыли от данной продукции.

Гауда – твердый голландский сыр, изготавливаемый из коровьего молока, жирность в пределах 48-51%. Головки сыра имеют круглую форму среднего размера, плотной консистенции. У молодого сыра вкус мягкий, однако с возрастом приобретает более ярко выраженный вкус. Сыр Гауда назван по имени голландского города Gouda, где он продавался на рынке в течение веков. К 19 веку производство этого вида сыра стало распространяться по всей Голландии. Именно в это время Гауда стал самым популярным сыром.

Изначально Гауда производился большими сырными головами по 12 килограммов. Сегодня производятся сырны головы разной массы от 1,5 до 12 кг. Корочка Гауды должна быть чистой, гладкой, без разрывов и ровного жёлтого цвета. Внутри сыр - светло-жёлтый с маленькими дырочками по всей площади.

Молодой сыр имеет сладковатый чистый вкус. В процессе созревания вкус становится интенсивнее и сложнее. Особой разновидностью этого сыра является «Голландский мастер», вызревающий почти год. За годы было создано много разных вариантов сыров Гауда. Например, Гауда с тмином, пряными травами, горчицей и перцем. Сыр Гауда считается одним из самых лучших в мире. Он является одновременно и столовым и десертным сыром и превосходно сочетается с фруктами и вином.

Идея создания производства сыра «Гауда» преследует три цели:

- увеличение рентабельности предприятия;
- получение прибыли;
- удовлетворение потребительского рынка сыров.

Финансирование проекта осуществляется путем привлечения собственных средств предприятия в размере 964,4 тыс. рублей.

Для начала запуска линии по производству сыра «Гауда» необходимо производственное помещение площадью 80 кв. м., в котором будет располагаться цех по производству сыров и холодильная камера для хранения готовой продукции. Для этого мы используем имеющееся на предприятии пустующее помещение площадью 120 кв. м., со всеми необходимыми инженерно-техническими коммуникациями, так же имеется оборудованное бытовое помещение для сотрудников.

Кроме того, для запуска производственного процесса будут привлечены уже имеющиеся на предприятии мастера-сыроделы, так же будут наняты новые работники в численности 6 человек. Для рабочих обязательно наличие профессионального образования. Подбор кадров будет осуществляться через службу занятости, с предоставлением постоянной работы и оформления согласно законодательству РФ.

Должностные обязанности работников производственного цеха.

Мастер-сыродел:

- осуществлять руководство за ведением процесса производства сыра;

- принимает участие в разработке внутренних технических норм и стандартов, технических условий и технологических карт;
- ведет учет поступающего сырья;
- определяет необходимое количество бактериальной закваски;
- производит сертификацию продукции;
- ведет контроль за процессом формирования и прессования сыра.

#### Сыродел:

- осуществляет ведение процесса производства сыра;
- осуществляет подготовку оборудования к работе;
- наполняет ванны и сыроизготовители нормализованным молоком;
- производит внесение закваски, растворов свертывающего фермента, доведение смеси до необходимой температуры свертывания;
- осуществляет разрезку сгустка, постановку и обработку зерна;
- осуществляет удаление сыворотки, вымешивание сырного зерна;
- осуществляет формирование сырной массы в формы;
- проводит взвешивание и передачу сыра в холодильную камеру;
- производит мойку оборудования.

Линия по производству сыра работает круглосуточно в 2 смены по 12 часов. В смене работает 1 мастер-сыродел и 2 сыродела.

Для наглядного предоставления о будущем производстве проведем SWOT-анализ, который представлен на рисунке 3.1

<p style="text-align: center;"><b>Сильные стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- высокое качество продукта;</li> <li>- новое оборудование;</li> <li>- доступные цены;</li> <li>- наличие постоянных клиентов;</li> <li>- гибкая ценовая политика;</li> <li>- высококвалифицированный персонал.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Слабые стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- необходимо строгое соблюдение стандартов и рецептуры;</li> <li>- неустойчивое финансовое положение предприятия;</li> <li>- не проводятся маркетинговые исследования по изучению новых каналов сбыта.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Возможности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- расширение географии продаж;</li> <li>- распространение продукции через крупные торговые сети;</li> <li>- предоставление новых рабочих мест.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Угрозы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возрастание конкуренции в молочной отрасли;</li> <li>- сбои в поставке сырья;</li> <li>- низкая платежеспособность населения.</li> </ul>

Рисунок 3.1 - SWOT-анализ

По рисунку 3.1 был проведен анализ сильных и слабых сторон производства нового продукта дают нам возможность определить те параметры, которые являются выигрышными, их необходимо развивать и поддерживать на необходимом уровне. А так же необходимо постараться свести к минимуму те факторы, которые могут стать препятствием на пути достижения цели. Кроме того нужно укреплять свои позиции на рынке, активно внедрять новый товар для получения дополнительных конкурентных преимуществ.

Исследование рынка твердых сыров выявило, что пока российские потребители съедают только 3 кг. этого продукта в год, в то время как, например, среднестатистический француз съедает – до 20 кг. Но сегодня наш покупатель идет в магазин не за безличным сыром для завтрака, а за конкретным предпочтительным для него сортом. Чаще всего покупают твердые сыры (1-2 раза в неделю), немного реже – плавленые и мягкие (2-4 раза в месяц), еще реже – брынзу (1-2 раза в месяц) и совсем редко – сыры с плесенью (1 раз в месяц и реже). Среди твердых сыров самыми популярными у населения являются «Российский», «Костромской», «Голландский», «Пешехонский», «Эдам» и «Гауда», так как они имеют приемлемую цену и соответствуют вкусу большинства населения.

Хотя российский рынок отличается еще не большой среднестатистической объемом потребления сыра, все же он входит в число продуктов, наиболее часто употребляемыми россиянами в пищу. Спрос на твердые сыры устойчив, объемы производства растут, расширяется ассортимент продукции, что влечет за собой увеличение объема продаж сыров.

Поскольку в Иркутской области мало предприятий занимающихся производством сыров, то этот проект является жизнеспособным и может составить конкуренцию производителям из других регионов страны.

Конкурентами по производству сыра «Гауда» в России является ООО «Пречистенский молочный продукт» находящийся в Первомайском районе

Ярославской области, ТНВ «Сыр Стародубский» Брянская область и ФГУП «АПК Воскресенский» Московская область, Ленинский район.

Сильные и слабые стороны конкурентов приведены в таблице 3.1

Таблица 3.1 - Потенциальные конкуренты

Наименование	Адрес	Сильные стороны	Слабые стороны
ООО «Пречистенский молочный продукт»	Ярославская область, Первомайский район	- новое оборудование	- низкая узнаваемость на рынке сыров; - высокие транспортные расходы.
ТНВ «Сыр Стародубский»	Брянская область	- оригинальный рецепт	- высокая степень износа оборудования; - высокие транспортные расходы.
ФГУП «АПК Воскресенский»	Московская область, Ленинский район	- широкий ассортиментный перечень	- высокие транспортные расходы

Проведя анализ конкурентоспособности производства в таблице 3.1, можно сделать вывод о том, что конкуренты по производству сыра «Гауда» в России существуют, но не представляют особой опасности, так как находятся на достаточно большом расстоянии, что дает нам значительное конкурентное преимущество.

Хотя в России имеется достаточное количество производителей сыров, нельзя сказать, что рынок сыров полностью насыщен. Это связано с тем, что потребление сыра на душу населения растет. Кроме того, в перспективе можно ожидать тенденцию изменения культуры потребления сыра на примере стран Западной Европы.

Несмотря на то, что количество участников рынка производства сыра увеличивается, объем потенциальных потребителей остался на прежнем уровне. Основная масса покупателей приобретает привычный и уже знакомый им продукт. Для того, чтобы обратить внимание на новый продукт на рынке, необходимо произвести комплекс мероприятий по формированию потребительского мнения.

Основным методом продвижения продукции будет реклама нового продукта. Кроме того, в собственных магазинах компании будут проводиться дегустации нового продукта, а также предполагается использование метода «цепная реакция».

### 3.2 Экономические показатели проекта и оценка его эффективности

Для осуществления проекта необходимо 964,4 тыс. руб. Источником финансирования является ООО «Иркутская маслосырбаза».

Определим планируемый объем продаж на дальнейшие 3 года.

В сутки оборудование производит 48 кг. сыра. Из этого следует, что в месяц объем производства составляет 1440 кг., соответственно в год 17280 кг.

$$48 * 30 = 1440 \text{ кг.}$$

$$1440 * 12 = 17280 \text{ кг.}$$

Объем производственной программы приведен в таблице 3.2

Таблица 3.2 - Производственная программа

Показатель	1-й год	2-й год	3-й год
Объемы производства	17280	17280	17280

В таблице 3.2 видно, что объем производства не изменяется, так как одна производственная линия не может производить большее количество килограммов.

Далее рассмотрим инвестиционные затраты которые приведены в таблице 3.3

Таблица 3.3 - Инвестиционные затраты

Статьи	Сумма, тыс. руб.
Заводское оборудование	876,7
Первоначальный оборотный капитал	87,7
Нематериальные активы	-
ИТОГО	964,4



В таблице 3.3 показано, что стоимость заводского оборудования составляет 876,7 тыс. руб. В первоначальный оборотный капитал включаем расходы на доставку и монтаж оборудования которые составляют 10% от стоимости оборудования.

Необходимое количество оборудования рассмотрим в таблице 3.4

Таблица 3.4 - Оборудование

Наименование	Шт.	Сумма, тыс. руб.
Ванна длительной пастеризации 220 л.	1	261,24
Ванна ИПКС 225 л.	1	59,14
Стол рабочий	1	13,36
Форма для сыра	24	33,12
Ванна сыродельная	1	265,4
Холодильная камера 16,6 кв. м.	1	108,2
Стеллаж	6	22,2
Пресс	12	114,0
ИТОГО	47	876,7

Финансирование инвестиционного проекта осуществляется за счет собственных средств предприятия в размере 964,4 тыс. руб.

В таблице 3.4 представлены данные об оборудовании, необходимом для запуска производственной линии, также здесь представлена его стоимость.

Текущие затраты за месяц и год представлены в таблице 3.5

Таблица 3.5 - Текущие затраты

Статьи	месяц	год
	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.
Сырье и материалы	161,3	1935,4
Заработная плата и отчисления на социальные нужды	128,7	1544,4
Общепроизводственные, общехозяйственные расходы	25,5	306,0
Затраты на продажу	0,9	10,8
ИТОГО	316,4	3796,6

Для определения затрат представленных в таблице 3.5 необходимо рассчитать следующие данные:

Сырье и материалы: для производства 1 кг. сыра необходимо 8 л. молока. Стоимость 1 литра молока составляет 13 рублей, в месяц (30) на производство 48 кг. сыра потребуется 11520 л. молока.

$$(48 \text{ кг.} * 8 \text{ л.}) * 30 \text{ дн.} = 11520 \text{ л.}$$

$$11520 \text{ л.} * 1 \text{ руб.} = 149,8 \text{ тыс. руб.}$$

Также на 1 кг. сыра потребуется 8 гр. закваски, соответственно для 1 литра молока приходится 1 гр. закваски. 1 гр. закваски стоит 1 руб., теперь рассчитаем стоимость закваски для 11520 литров молока.

$$11520 \text{ л.} * 1 \text{ руб.} = 11,5 \text{ тыс. руб.}$$

Теперь суммируем расходы на молоко и на закваску.

$$149,8 + 11,5 = 161,3 \text{ тыс. руб.}$$

Фонд оплаты труда приведен в таблице 3.6

Таблица 3.6 - Фонд оплаты труда

Наименование	Количество	Месяц	Отчисления на соц. нужды	Год	Отчисления на соц. нужды
		Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.
Сыровар	6	99,0	29,7	1188,0	356,4

Для открытия новой производственной линии на действующем предприятии ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» нужно нанять 6 рабочих на должность сыровар, их заработная плата представлена в таблице 3.6.

Стоимость оплаты труда одного работника составляет 16500 рублей в месяц.

Отчисления на социальные нужды равны 30% от оплаты труда.

$$16500 * 6 = 99000 \text{ руб.}$$

$$99000 + 30\% = 128700 \text{ руб.}$$

Общехозяйственные и общепроизводственные расходы показаны в таблице 3.7

Таблица 3.7 - Общепроизводственные, общехозяйственные затраты в год

Наименование	Ед. измерения	Сумма, тыс. руб.
Технологический костюм	36 шт.	42,0
Перчатки	60 уп.	16,8
Электроэнергия	172800 кВт	240,2
Водоснабжение	477,4 м3	7,3
ИТОГО		306,3

Один комплект технологического костюма рассчитан на 1 рабочего и рассчитан на 2 месяца эксплуатации, соответственно в год нужно приобрести 36 технологических костюмов, стоимость одного костюма составляет 1168 рублей. Также потребуется 60 упаковок перчаток, в каждой упаковке находится 50 пар перчаток. Стоимость 1 упаковки составляет 280 рублей.

$$1168 * 36 = 42,0 \text{ тыс. руб.}$$

$$60 * 280 = 16,8 \text{ тыс. руб.}$$

Расход электроэнергии производственной линии составляет 20кВт в час, так как производство продукции круглосуточно, то в сутки расход составит 480 кВт. В месяц будет потребляться 14400 кВт электричества, а в год - 172800 кВт.

$$20 * 24 = 480 \text{ кВт.}$$

$$480 * 30 = 14400 \text{ кВт.}$$

$$14400 * 12 = 172800 \text{ кВт.}$$

Тарифная ставка на электроэнергию в городе Иркутск для производственного предприятия составляет 1 руб. 39 коп. Теперь рассчитаем стоимость затрат на электроэнергию в год:

$$172800 * 1,39 = 240,2 \text{ тыс. руб.}$$

Рассмотрим расходы на водоснабжение:

Расходы воды на мойку оборудования рассчитываются по формуле.

$$M = kVpn \quad (3.1)$$

Где, M – количество воды, израсходованное на мойку аппарата в смену;

$k$  – коэффициент заполнения емкости водой (для аппарата малой емкости  $k = (0,5 / ,075)$ );

$V$  – объем аппарата, м<sup>3</sup>;

$\rho$  – плотность воды, кг/м<sup>3</sup> (1000);

$n$  – число однотипных аппаратов, шт.

$$M = (0,5 / ,075) * 0,2 * 1000 * 3 = 360 \text{ л.}$$

Для производства 1 кг. сыра требуется 0,75 л. воды, так для объема выпуска сыра в 1440 кг. в месяц, необходимо 1080 литров холодной воды.

Для определения расхода воды рабочими использовались статистические данные, и приблизительно расход составил 7,83 м<sup>3</sup> в месяц холодной воды и 4,11 м<sup>3</sup> горячей воды.

Теперь рассчитаем общие затраты на водоснабжение, где 2 – количество смен в сутки; 30 – число дней в месяце:

$$360 * 2 * 30 = 21600 \text{ л.}$$

$$21600 + 1080 + 6833 = 29513 \text{ л.} = 29,51 \text{ м}^3$$

Тарифный план на холодную воду составляет 9,72 руб/м<sup>3</sup>, на горячую воду - 77,41 руб/м<sup>3</sup>.

$$29,51 * 9,728 = 287,1 \text{ руб./мес.}$$

$$4,11 * 77,41 = 318,15 \text{ руб./мес.}$$

Рассчитаем затраты на единицу продукции, что позволит в дальнейшем выявить структуру себестоимости.

Затраты на единицу продукции представлены в таблице 3.8

Таблица 3.8 - затраты на единицу продукции

Статьи	Сумма, тыс. руб.
Сырье и материалы	0,1
Заработная плата и отчисления на социальные нужды	0,09
Общепроизводственные, общехозяйственные расходы	0,02
Амортизация	0,003
Коммерческие затраты	0,0006
ИТОГО	0,2

Из данных таблицы 3.8 видно, что себестоимость 1 кг. сыра «Гауда» составляет 0,2 тыс. руб.

Амортизация основных фондов осуществляется линейным методом, срок полезного использования 20 лет. Амортизация равна 43,8 тыс. руб.

$$876,7 / 20 = 43,8$$

Стоимость основных фондов приведена в таблице 3.9

Таблица 3.9 - Стоимость основных фондов на конец периода

Показатель	0-й год	1-й год	2-й год	3-й год
Стоимость основных фондов	876,7	832,9	789,1	745,3
Налог на имущество (3%)	0,0	26,3	24,9	23,7

В таблице 3.9 стоимость основных фондов рассчитывается с учетом амортизации.

Теперь рассмотрим поток реальных денег от операционной деятельности, который приведен в таблице 3.10

Таблица 3.10 - Поток реальных денег от операционной деятельности, тыс. руб.

Наименование	Год		
	1-й	2-й	3-й
Выручка	4320,0	5184,0	5184,0
Себестоимость	356,0	3456,0	3456,0
Амортизация	43,8	43,8	43,8
Налог на имущество	26,3	24,9	23,7
Балансовая прибыль	793,9	1659,3	1660,5
Налог на прибыль	158,7	331,8	332,1
Чистая прибыль от операционной деятельности	635,1	1327,4	1328,4
Сальдо операционной деятельности	678,9	1371,2	1372,2

Произведя обработку данных, приведенных в таблице 3.10, делаем следующие расчеты.

Рассчитаем срок окупаемости данного инвестиционного проекта.

Инвестиции составляют 964,4 тыс. руб.

$$\text{Ток1} = 964,4 - 678,9 = 285,5$$

$$\text{Ток2} = 1371,2 / 12 = 114,3$$

$$285,5 / 114,3 = 2,5 \text{ (3 мес.)}$$

Срок окупаемости проекта составляет 1 год 3 месяцев.

Ставка дисконтирования составила 24%. Для ее расчета была взята ставка рефинансирования, которая на 2015 год составляла 8,25%, ее увеличили на темп инфляции за 2015 год 12,9%. Полученная величина была увеличена на коэффициент риска 3%.

Расчет чистой текущей стоимости представлен в таблице 3.11

Таблица 3.11 - Расчет чистой текущей стоимости

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год
Сальдо операционной деятельности, тыс. руб.	678,9	1371,2	1372,2
Дисконтный множитель 24%	0,806	0,650	0,524
Дисконтированное сальдо операционной деятельности, тыс. руб.	547,2	891,3	719,0

Исходя из данных таблицы 3.11, можно рассчитать срок окупаемости проекта с учетом дисконтирования.

$$\text{Ток1} = 964,4 - 547,2 = 417,2$$

$$\text{Ток2} = 891,3 / 12 = 74,3$$

$$417,2 / 74,3 = 5,6 \text{ (6 мес.)}$$

Срок окупаемости с учетом дисконтирования составляет 1 год 6 месяцев.

Также необходимо рассчитать показатели эффективности инвестиций: NPV, IRR, PI.

NPV - это результат, который можно получить незамедлительно, после того, как решение об осуществлении проекта принято. Рассчитывается NPV по формуле:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+R)^t} \quad (3.2)$$

Где,  $CF_t$  - денежные потоки от проекта в момент времени  $t$ ;

$R$  – ставка дисконтирования.

$$NPV = \frac{-964,4}{(1+0,17)^0} + \frac{678,9}{(1+0,24)^1} + \frac{1371,2}{(1+0,24)^2} + \frac{1372,2}{(1+0,24)^3} = 1194,6 \text{ тыс.}$$

IRR, или внутренняя норма прибыли (рентабельности). Данный показатель рассчитывается в зависимости от величины NPV. IRR — это максимально возможная стоимость инвестиций, а также уровень допустимых расходов по конкретному проекту.

$$NPV = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} = 0 \quad (3.3)$$

$$IRR = 87\%$$

PI – индекс прибыльности инвестиций. Этот индекс показывает отношение отдачи капитала к объему вложений в проект. PI – это относительная прибыльность предприятия, а также дисконтируемая стоимость всех финансовых поступлений в расчете на единицу вложений. Этот показатель не дает представлений о реальном размере чистого денежного потока, а только о его уровне по отношению к инвестиционным затратам. Индекс прибыльности инвестиций рассчитывается по формуле:

$$PI = \frac{NPV}{IC} \quad (3.4)$$

Где,  $IC$  – первоначальный затраченный инвестиционный капитал.

$$PI = \frac{1194,6}{964,4} = 1,3$$

По данным показателей финансовой эффективности инвестиций можно сделать вывод, что данное вложение капитала является эффективным.

Далее рассмотрим прогноз финансового результата реализации продукции, который приведен в таблице 3.12

Таблица 3.12 - Прогноз финансовых результатов реализации продукции

Наименование показателя	2015 г., тыс. руб.	Прогнозируемый год, тыс. руб.
Выручка	252936,0	257256,0
Себестоимость продаж	(188786,0)	(192242,0)
Валовая прибыль (убыток)	64150,0	65014,0
Коммерческие расходы	(48867,0)	(48867,0)

Окончание таблицы 3.11

Управленческие расходы	(4507,0)	(4507,0)
Прибыль (убыток) от продаж	10776,0	11640,0
Доходы от участия в других организациях	-	-
Проценты к получению	79,0	79,0
Проценты к уплате	(6238,0)	(6238,0)
Прочие доходы	1218,0	1218,0
Прочие расходы	(3380,0)	(3380,0)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2455,0	3319,0
Текущий налог на прибыль	(495,0)	(653,7)
В т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	(5)	(5)
Изменение отложенных налоговых обязательств	(1)	(1)
Изменение отложенных налоговых активов	-	-
Прочее	-	-
Чистая прибыль (убыток)	1959,0	2665,3

В таблице 3.12 показано, что уже за первый год производства, доход от реализации сыра Гауда увеличит чистую прибыль предприятия на 706,3 тыс. руб.

Далее в таблице 3.13 рассмотрим изменение показателей рентабельности.

Таблица 3.13 – Прогнозные показатели рентабельности, %

Показатели	2015 г	Прогнозный год	отклонения
Рентабельность продаж	4,2	4,4	0,2
Рентабельность основной деятельности	4,4	4,6	0,2
Рентабельность активов	1,9	2,3	0,4
Рентабельность собственного капитала	20,7	25,6	4,9



Из данных таблицы 3.13 видно, что предложенный инвестиционный план повысит все показатели рентабельности предприятия. Рентабельность продаж и рентабельность основной деятельности увеличатся на 0,2%, рентабельность активов - на 0,4%, а рентабельность собственного капитала повысится на 4,9%.

Практическая часть данной работы была посвящена организации в ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» линии по производству сыра «Гауда», анализу экономических показателей проекта и оценке его эффективности. В ходе произведенного анализа выяснилось, что данный проект является жизнеспособным, поскольку запуская новую линию по производству сыра, предприятие получает возможность увеличить все показатели рентабельности и, соответственно, получить больше прибыли, что хоть и незначительно, на 0,9%, но все же повысит собственный капитал предприятия. Расширив ассортиментный перечень производимой продукции, предприятие повышает свою репутацию на рынке, а также стимулирует покупателей на приобретение продукции местного производства.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель, которая была поставлена мной перед началом написания данной бакалаврской работы, была достигнута, все необходимые задачи были решены.

В теоретической части моей бакалаврской работы я выяснила, что рентабельность является показателем экономической эффективности предприятия, она характеризует соотношение прибыли и затрат за определенный отрезок времени. В основе показателей рентабельности лежит прибыль от продаж и чистая прибыль предприятия, которая рассчитывается как выручка от основной деятельности предприятия за вычетом всех затрат с учетом прочих доходов и расходов, а также налога на прибыль. Основными источниками информации для проведенного анализа являются Бухгалтерский баланс и Отчет о финансовых результатах предприятия за 2013-2015 гг.

Практическая часть моей работы была посвящена финансово-хозяйственному анализу предприятия ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза». В результате проведенного анализа выяснилось, что большую часть прибыли до налогообложения составляет прибыль от продаж. В 2015 году соотношение прибыли от продаж к прибыли до налогообложения составило 338,9%.

Прибыль от продаж ООО «Торгово-закупочная компания «Иркутская маслосырбаза» имеет стабильную тенденцию к увеличению. Так, прибыль от продаж в 2015 году увеличилась на 1521 тыс. руб. по отношению к 2014 году. При этом происходит снижение себестоимость продукции, в 2015 году она снизилась на 45382 тыс. руб., это, в свою очередь, способствует увеличению прибыли от продаж.

По итогам анализа рентабельности производственной деятельности предприятия было выявлено, что все показатели рентабельности за 2015 год увеличились по сравнению с 2014 годом. Главной причиной роста этих показателей является увеличение прибыли от продаж.

Все расчеты, которые были проведены в ходе моей работы, говорят об эффективном использовании собственного капитала руководством предприятия, и оценить это можно только положительно. В 2015 году рентабельность собственного капитала увеличилась на 3,5% и составила 20,7%.

Так же в процессе анализа было выявлено, что одновременно с ростом рентабельности происходит и укрепление финансового состояния предприятия, а так же улучшение его платежеспособности. Все это, в свою очередь, говорит об увеличении прибыли, что тоже можно считать положительным моментом.

Изучив все материалы и проведя анализ деятельности предприятия, мною были даны следующие рекомендации. Для укрепления финансового состояния, увеличения чистой прибыли и рентабельности, ООО «Торгово-закупочной компании «Иркутская маслосырбаза» было рекомендовано следующие меры: увеличение объема производства и реализации выпускаемой продукции, снижение себестоимости продукции, повышение качества продукции. В целях увеличения объема производства и расширения ассортимента продукции было рекомендовано открытие новой производственной линии для изготовления твердого сыра Гауда. Затраты на запуск линии окупятся через 1 год 3 месяца.

Воплощение этого проекта позволит предприятию увеличить чистую прибыль на 706,3 тыс. руб. уже в первый год производства. Также увеличатся все показатели рентабельности и хоть и незначительно, но все же произойдет увеличение собственного капитала предприятия. Все это позволит предприятию и в дальнейшем развиваться и получать стабильный доход, обеспечит благосостояние собственников предприятия и в текущем, и в перспективном периоде, способствует укреплению своей ниши на рынке производителей продукции и повышению репутации предприятия.

Таким образом, будет достигнута главная цель существования любого предприятия – стабильное получение прибыли, повышение рентабельности, обеспечение потребностей не только самого предприятия, но и в целом формированию доходов нашего государства, укреплению рыночной экономики страны.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрютин, М. С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий : учебно-практ. пособие / М. С. Абрютин, А. В. Грачев – М.: Дело и Сервис, 2011. – 48 с.
2. Аврашков, Л. Я. Экономика предприятия: Учебник для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2009. - 345 с.
3. Бариленко, В. И. Анализ финансовой отчетности: Учеб. Пособие / С. И. Кузнецов, Л. К. Плотникова, О. В. Кайро - М.: КНОРУС, 2010. - 432 с.
4. Белов, А. М. Экономика организации (предприятия): Практикум / Под общ. ред. проф. А. Е. Карлика. – М.: ИНФРА-М, 2008. -272 с. – (Серия «Высшее образование»).
5. Грибов, В. Д. Экономика предприятия: Учебник / В. П. Грузинов - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2009. - 396 с.
6. Грищенко, О. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / О. В. Грищенко. - Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2010. – 112 с.
7. Гугелев, А. В. Инновационный менеджмент : учебник / А. В. Гугелев. – М.: Дашков и К, 2010. – 19 с.
8. Дубровин, И. А. Экономика и организация производства : Учеб. Пособие / И. А. Дубровин, И. П. Есина, И. П. Стуканова; под общей ред. проф. И. А. Дубровина. – М.: ИТК «Дашков и К», 2008. – 263 с.
9. Дякин, В. Н. Оптимизация управления промышленным предприятием : монография / В. Н. Дякин, В. Г. Матвейкин, Б. С. Дмитриевский ; под науч. ред. д-ра экон. наук Б. И. Герасимова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 84 с.
10. Ермасова, Н. Б. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. / С. В. Ермасов. - М.: Издательство Юрайт, 2010. - 621 с.
11. Иванов, И. Н. Организация производства на промышленных предприятиях : учебник / И. Н. Иванов – М.: ИНФА-М, 2008. – 242 с.

12. Иркутская маслосырбаза [Электронный ресурс] - Режим доступа : <http://www.imsb.ru/>
13. Коноплев, С. П. Экономика организаций (предприятий): Учебник. - М.: Проспект, 2010. - 156 с.
14. Лытнева, Н. А. Бухгалтерский учет: учебник / Л. И. Малявкина, Т. В. Федорова. – М. : ИНФРА-М, 2008. - 500 с.
15. Организация преддипломной практики : метод. указания / сост. М. А. Йоцене, Н. Л. Сигачева ; Сиб. федер. ун-т, ХТИ – филиал СФУ. – Абакан : Ред.-изд. сектор ХТИ – филиал СФУ, 2012.- 24 с.
16. Оценка рентабельности [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://buhlabaz.ru/analiz/otsenka-rentabelnosti>
17. Паламарчук, А. С., Паштова Л. Г. Экономика предприятия: Учеб. пособие. / А. С. Паламарчук, В. М. Прудников. - М.: Инфра-М, 2010. - 176 с.
18. Прибыль предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/pribyl-predpriyatiya.html>
19. Раицкий, К. А. Экономика предприятия: Учебник для вузов. / К. А. Раицкий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2009. - 1012 с.
20. Рентабельность [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://mirsovetov.ru/a/business-and-finance/finances/calculation-profitability.html>
21. Скляренко, В. К. Экономика предприятия: Учебник для студ. вузов. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 528 с.
22. Софронова Н. А. Экономика предприятия: Учебник / Н. А. Софронова. - М.: Юрист, 2008. - 584 с.
23. Тютюкина, Е. Б. Финансы предприятий: Учебно-практическое пособие / Е. Б. Тютюкина. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. - 252 с.
24. Управленческий анализ [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://1fin.ru/?id=281&t=817>
25. Устав ООО «Иркутская маслосырбаза»

26. Шуляк П.Н. Финансы предприятия: Учебник. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. - 712с.

27. Экономика организации (предприятия): Учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, И. И. Чайкина. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 276 с.

28. Экономика фирмы [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/>

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Используемые в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 28 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

«   »            2016 г.  
дата

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Глеклер А.А.  
(Ф.И.О.)

РЕЙТИНГОВЫЕ КРИТЕРИИ КОМПЛЕКСНОЙ  
САМООЦЕНКИ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Глеклер Алина Андреевна

(Фамилия, имя, отчество)

	Рейтинг, баллы	
	рекоменд.	факт.
Выполнение реальной работы по заказу предприятия	2-8	3
Высокая практическая актуальность работы	3-6	6
Новизна предложений, отражающая собственный вклад автора, оригинальность и нестандартность решений	5-8	6
Логичная и пропорциональная структура, хороший стиль изложения	3-5	4
Обширный список первоисточников и ссылок на них	3-5	4
Экономическое обоснование проекта	3-6	6
Использование методологии и научного исследования	3-5	
Использование компьютерной техники, программ САПР	4-8	-
Правовое обеспечение работы	3-5	
Выполнение комплексной ВКР бакалавра	3-8	
ВКР бакалавра в форме НИР	6-11	
Наличие публикаций по теме ВКР, выступление на конференциях	4-8	-
Внедренные материалы ВКР (справка о внедрении и результатах)	3-6	
Разноплановость и разнообразие иллюстраций	3-5	
Представление членам ГЭК раздаточного материала	2-4	4
Наличие реального запроса на трудоустройство	7-10	-
<b>Итого</b>	<b>57-108</b>	

Самооценка «отлично» - 81 и более баллов

«хорошо» - 61-80 баллов

«удовлетворительно» - менее 60 баллов

ФИО студента

Подпись