**Э к о н о м и ч е с к и й ф а к у л ь т е т**

*Кафедра менеджмента*

***Пшеницына Екатерина Васильевна***

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ**

**РАБОТА**

***Экономическая оценка деятельности предприятия на примере ООО «Кондитерская фабрика» г. Слободской***

**Руководитель:**

*Д.э.н., профессор Носов А.Л.*

**Выпускная квалификационная работа рассмотрена на заседании кафедры**

**“\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017 г. и рекомендована для защиты в ГЭК**

**Зав. кафедрой**

**К.э.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Маракулина И.В.**

**Содержание**

[Введение 3](#_Toc484700315)

[1. Теоретические основы оценки деятельности предприятий 5](#_Toc484700316)

[1.1 Существующие методики оценки деятельности 5](#_Toc484700317)

[1.2 Основные направления и задачи экономической деятельности предприятия 13](#_Toc484700318)

[2. Экономический анализ ООО «Кондитерская фабрика» 21](#_Toc484700319)

[2.1 Общие организационные основы предприятия ООО «Кондитерская фабрика» 21](#_Toc484700320)

[2.2 Основные экономические показатели за 2014-16 гг. 36](#_Toc484700321)

[2.3 Анализ финансового состояния 42](#_Toc484700322)

[3. Разработка мероприятий по улучшению экономических результатов деятельности 50](#_Toc484700323)

[3.1 Конкуренция на рынке продукции и особенности поведения покупателей кондитерских изделий 50](#_Toc484700324)

[3.2 Анализ системы реализации продукции и выработка предложений 57](#_Toc484700325)

[3.3 Обоснование эффективности предложений по улучшению экономических характеристик предприятия 64](#_Toc484700326)

[Заключение 67](#_Toc484700327)

[Список использованных источников 69](#_Toc484700328)

[Приложения 72](#_Toc484700329)

## Введение

Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия является необходимым условием принятия правильных управленческих и предпринимательских решений.

Эффективность производства относится к числу важнейших категорий рыночной экономики, которая непосредственно связана с достижением конечной цели развития общественного производства в целом и каждого предприятия в отдельности. В наиболее общем виде экономическая эффективность производства представляет собой количественное соотношение двух величин - результатов хозяйственной деятельности и производственных затрат. Сущность проблемы повышения экономической эффективности производства состоит в увеличении экономических результатов на каждую единицу затрат в процессе использования имеющихся ресурсов.

Повышение эффективности производства может достигаться как за счет экономии текущих затрат (потребляемых ресурсов), так и путем лучшего использования действующего капитала и новых вложений в капитал (применяемых ресурсов).

Важнейшим экономическим результатом рыночной деятельности предприятия с учётом долговременной перспективы его развития является получение максимальной прибыли на вложенный капитал.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение экономической оценки деятельности предприятия и выработка теоретических и практических рекомендаций по повышению экономической эффективности деятельности предприятия.

Основные задачи написания работы, следующие:

– изучить теоретические основы экономической оценки деятельности предприятия, перспективы развития;

– дать краткую характеристику организационной структуры, размера, специализации предприятия;

– дать оценки уровня использования производственных ресурсов, ликвидности, финансовой независимости, прибыльности, рентабельности,

– обобщить изученный материал в виде выводов.

Объектом исследования явилось ООО «Кондитерская фабрика».

Период исследования – 2014 – 2016 гг.

В процессе выполнения работы использовались следующие методы исследования: монографический, расчётно-аналитический, экономико-статистический, графический, сравнения, группировки, абсолютные и относительные величины, коэффициентный метод, детерминированный факторный анализ и другие.

Теоретической и методологической основой исследования являются труды ученых-экономистов по теме исследования, публикации в специализированных периодических изданиях, инструктивные и справочные данные.

Источники информации: данные бухгалтерской финансовой отчётности ООО «Кондитерская фабрика» за 2014–2016 гг., аналитические данные по учёту финансовых результатов и распределению прибыли.

## 1. Теоретические основы оценки деятельности предприятий

## 1.1 Существующие методики оценки деятельности

В современной экономической науке существует множество различных методик оценки деятельности Анализ данных методик может способствовать отбору оптимального качества показателей, которые наиболее точно будут отражать эффективность деятельности предприятия.

Рассмотрим наиболее популярные методы оценки эффективности деятельности предприятия.

В современной экономической науке имеется множество различных методик оценки деятельности. Анализ данных методик может способствовать отбору оптимального качества показателей, которые наиболее точно будут отражать эффективность деятельности предприятия.

Комплексный подход подразумевает проведение анализа отдельных экономических показателей во взаимосвязи и взаимозависимости, в тесной связи с общим уровнем экономического, организационного, технического и технологического развития производства, уровнем социального развития коллектива предприятия.

Комплексность анализа означает использование определённой совокупности показателей, которая «по сравнению с отдельными показателями ... является качественно новым образованием и всегда более значима, чем сумма отдельных ее частей, так как помимо сведений об отдельных сторонах описываемого явления она несёт определённую информацию о новом, что появляется в результате взаимодействия этих сторон» [14].

В.В. Ковалев выделяет три основных требования, которым должна удовлетворять система показателей: а) всесторонность охвата изучаемого объекта показателями системы, б) взаимосвязь данных показателей, в) верифицируемость (т.е. проверяемость) – ценность качественных показателей возникает тогда, когда ясна информационная база показателей и алгоритм расчёта.

Целью комплексного анализа эффективности деятельности организации является получение прибыли. Комплексный анализ учитывает факторы повышения уровня рентабельности и получения прибыли, укрепления финансовой устойчивости, следовательно, объединяет в себе как внутрихозяйственный производственный, так и внутрихозяйственный финансовый анализ.

Различают две группы методов комплексной оценки эффективности хозяйственной деятельности:

1. без расчёта интегрального единого показателя;

2. с расчётом единого интегрального показателя [15].

Первую группу также называют эвристическими методами – это такие методы оценки, которые показывают динамические сравнения (горизонтальный анализ) показателей, структурные сравнения (вертикальный анализ), пространственные сравнения, группировки показателя по различным признакам и другие.

Существуют различные статистические и экономико-математические методы, применяемые для комплексной оценки всей хозяйственной деятельности, пли ее отдельных сторон:

– метод сумм –суммируются темпы прироста отобранных показателей;

– метод суммы мест – суммируются места, достигнутые предприятиями по различным отобранным показателям;

– средняя арифметическая взвешенная –исходя из темпов прироста, но с учётом веса каждого показателя по какому-либо принципу;

– метод прироста совокупного ресурса на процент прироста продаж продукции;

– метод балльной оценки – у каждого показателя имеется свой весовой балл, и в этих же баллах оцениваются приращения показателей по определённой шкале;

– метод суммы относительной экономии по производственным и финансовым ресурсам;

– метод определения доли влияния интенсификации на приращение продукции, взятое за 100%;

– метод для рейтинговой оценки объектов анализа [5].

Существует взаимосвязь и взаимозависимость между показателями рентабельности с другими показателями. Её важно выявить в процессе комплексного анализа. Эти показатели характеризуют различные стороны деятельности организации, такие как: коэффициент обеспеченности собственными средствами, коэффициенты ликвидности (текущей ликвидности), финансовый леверидж, и определить соотношение рискованности и доходности деятельности компании.

Говоря о рентабельности, В.В. Ковалев подчеркивает, что существует много показателей рентабельности и что единого показателя рентабельности не существует. Однако в качестве ключевого показателя рентабельности как показателя эффективности деятельности организации выступает рентабельность собственного капитала [14].

Авторы методик комплексной оценки эффективности чаще всего в качестве первого и второго этапов анализа предлагают горизонтальный и вертикальный анализ баланса и Отчёта о финансовых результатах. Целью горизонтального анализа является оценка динамики стоимости имущества, собственного капитала и обязательств во времени. Вертикальный анализ необходим для определения изменений в структуре активов и пассивов предприятия [18].

При оценке хозяйственной деятельности широко используется балансовый подход. Он позволяет выявить насколько согласованы взаимозависимые показатели путём составления отдельных балансов.

При изучении деятельности предприятия также составляют балансы материальных ресурсов. Эти балансы отражают потребность предприятия в отдельных видах материалов и источники их покрытия, баланс производственной мощности, баланс доходов и расходов предприятия и др. с помощью составления балансов можно выявить неиспользованные резервы производства.

Балансовый прием применяется также для проверки расчётов, проведенных другими приемами. К примеру, при определении влияния отдельных факторов на тот или иной показатель с помощью балансовой увязки проверяют правильность сделанных расчётов.

Еще один метод, используемый при оценке эффективности деятельности – коэффициентный метод. С помощью данного метода производится расчёт количественных показателей, которые позволяют сделать выводы о качественных изменениях в деятельности организации.

Достаточно подробную характеристику финансово-хозяйственной деятельности организации позволяют сделать различные классификации совокупности аналитических коэффициентов. Финансовые коэффициенты, которые применяются для оценки эффективности деятельности организации, представляют собой относительные показатели, определяемые по данным бухгалтерской, финансовой отчётности. Значения коэффициентов зависят от отраслевых особенностей организации и от общего состояния экономики и других факторов. Применение данных коэффициентов имеет ряд преимуществ:

– коэффициенты позволяют получить информацию, которая представляет интерес для всех категорий пользователей;

– коэффициенты дают возможность выявить тенденции в изменении финансового состояния организации, а также предоставляют возможность сравнить его с финансовым состоянием других аналогичных организаций;

– коэффициенты отличаются оперативностью их определения;

– коэффициенты устраняют искажающее влияние инфляции [23].

Задачи проводимого анализа определяют отбор коэффициентов. Так, финансовый результат деятельности предприятия выражается в изменении величины его собственного капитала за отчётный период. Система показателей финансовых результатов может оценить способность предприятия обеспечить рост своего капитала.

Абсолютную эффективность хозяйствования предприятия характеризуют показатели финансовых результатов. Основу экономического развития предприятия в условиях рыночной экономики составляет прибыль, являющаяся одним из самых важных показателей финансовых результатов. Увеличение прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социальных и материальных потребностей трудовых коллективов. По прибыли определяются доля доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. За счет прибыли выполняется часть обязательств предприятия перед бюджетом, банками, другими предприятиями и организациями.

Маржинальный подход также широко применяется при анализе прибыли и рентабельности. Сущность маржинального подхода заключается в анализе соотношения объёма продаж (выпуска продукции), себестоимости и прибыли на основе прогнозирования уровня этих величин при заданных ограничениях.

Основной категорией маржинального анализа является маржинальная прибыль, или маржинальный доход, который является важным показателем для финансового и производственного планирования. Маржинальной прибылью называется разность между выручкой от реализации (без учёта НДС и акцизов) и переменными затратами. Маржинальную прибыль ещё можно назвать суммой покрытия – это та часть выручки, которая остается на покрытие постоянных затрат и формирование прибыли. Чем уровень маржинальной прибыли выше, тем быстрее возмещаются постоянные затраты, и организация имеет возможность получать прибыль [16].

Суть маржинальной прибыли можно описать следующим образом. Формирование прямых затрат осуществляется непосредственно по каждому виду продукции, а формирование накладных расходов осуществляется в рамках всего предприятия. То есть, разница между ценой продукта и прямыми затратами на его производство может быть представлена как потенциальный «взнос» каждого вида продукта в общий конечный результат деятельности предприятия. Таким образом, маржинальной прибылью является предельная прибыль, которую может получить предприятие от производства и продажи каждого вида продукта.

Финансовый и операционный рычаги, порог рентабельности и запас финансовой прочности предприятия являются ключевыми элементами маржинального анализа.

Факторный метод является следующим методом, используемым в процессе оценки эффективности деятельности. Концепция данного метода широко представлена в научных трудах А.Д. Шеремета [27].

Его суть заключается в количественной характеристике взаимосвязанных явлений, которая осуществляется с помощью показателей. Признаки, характеризующие причину, называются факторными; признаки, характеризующие следствие, называются результативными. Факторной системой называется, совокупность факторных и результативных признаков, связанных одной причинно-следственной связью.

В процессе факторного анализа прибыли происходит изучение динамики, выполнения плана прибыли от реализации продукции и определение факторов изменения ее суммы.

Прибыль от реализации продукции по предприятию зависит от четырех факторов первого уровня соподчиненности: объёма реализации продукции (VРП); ее структуры (Удi); себестоимости (Сi) и уровня среднереализационных цен (Цi):

П = [VРПобщ \* Удi \* (Цi - Сi)]

Объём реализации продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Рост объёма продаж рентабельной продукции приводит к пропорциональному росту прибыли. Если продукция является убыточной, то при увеличении объёма реализации происходит уменьшение суммы прибыли.

Структура товарной продукции может оказывать положительное и отрицательное влияние на сумму прибыли. Сумма прибыли возрастёт при увеличении доли более рентабельных видов продукции в общем объёме ее реализации. И наоборот, сумма прибыли уменьшится при увеличении удельного веса низкорентабельной или убыточной продукции.

Себестоимость продукции обратно пропорциональна прибыли: при снижении себестоимости сумма прибыли возрастает, и наоборот. Изменение уровня среднереализационных цен прямо пропорционально прибыли: сумма прибыли возрастает при увеличении уровня цен, и наоборот [8].

С помощью способа цепных подстановок можно выполнить расчёт влияния этих факторов на сумму прибыли. Индекс объёма продаж вычисляют путем сопоставления фактического объёма реализации с базовым в натуральном (при однородной продукции), условно-натуральном или стоимостном выражении (при неоднородной продукции).

На следующем этапе следует определить сумму прибыли при фактическом объёме и структуре реализованной продукции, но при базовом уровне себестоимости и цен. Для этого требуется из условной выручки вычесть условную сумму затрат. Нужно подсчитать также, сколько прибыли предприятие могло бы получить при фактическом объёме реализации, структуре и ценах, но при базовом уровне себестоимости продукции. По данным расчёта можно установить, как изменилась сумма прибыли за счёт каждого фактора.

Метод факторного анализа. Экономическая деятельность предприятия имеет целью получить некий результат, который зависит от множества различных факторов. Чем более детально будет изучено влияние факторов на величину результата, тем точнее и достовернее будет. Сделать выводы о результатах деятельности, выявить резервы производства, обосновать бизнес-план и принять управленческое решение нельзя без глубокого и всестороннего изучения факторов. Факторный анализ – это методика, которая включает в себя единые методы измерения факторных показателей, комплексного изучения их воздействия на величину результативных показателей, теоретические принципы, которые лежат в основе прогнозирования.

Основные задачи факторного анализа:

– отбор, классификация и систематизация факторов, влияющих на

результативные показатели исследования;

– разработка (применение) математической модели взаимосвязей между результатом и факторными показателями;

– расчёт влияния различных факторов на изменение величины результативного показателя и сравнение этого влияния;

– определение формы зависимости между факторами и результативным показателем;

– составление прогноза на основе факторной модели.

Различают следующие типы факторного анализа:

– анализ функциональных зависимостей и корреляционный анализ (вероятностных зависимостей);

– одноступенчатый и многоступенчатый;

– прямой и обратный;

– ретроспективный и перспективный;

– статический и динамичный [11].

Взаимосвязанная система элементов, которая характеризуется эффективностью использования основных элементов производственного процесса, отражает эффективность производства конкретного предприятия.

Таким образом, важнейшим принципом поддержания эффективности функционирования предприятия является постоянный контроль финансово-экономических показателей с целью обнаружения сигналов о надвигающемся снижении эффективности и немедленной реакции на эти сигналы.

## 1.2 Основные направления и задачи экономической деятельности предприятия

Содержание оценки экономической деятельности состоит во всестороннем изучении технического уровня производства, качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции, обеспеченности производства материалами, трудовыми финансовыми ресурсами и эффективности их использования. Анализ экономической деятельности является важной функцией управления. Данный анализ основан на системном подходе, комплексном учёте различных факторов, качественном подборе достоверной информации.

Повышение работы экономической эффективности на основе системного изучения всех видов деятельности и обобщения их результатов является целью оценки и анализа экономической деятельности предприятия.

Задачами оценки экономической деятельности предприятия являются:

– идентификация реального состояния анализируемого объекта;

– исследование состава и свойств объекта;

– выявление изменений в состоянии объекта в пространственно-временном разрезе;

– установление основных факторов, вызвавших изменения в состоянии объекта, и учёт их влияния;

– прогноз основных тенденций [12].

В качестве предмета оценки экономической деятельности предприятия выступает анализ производственных и экономических результатов, результатов социального развития и использования трудовых ресурсов, финансового состояния, состояния и использования основных фондов, затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг), оценка эффективности.

Объектом анализа и диагностики экономической деятельности предприятия является работа предприятия в целом и его структурных подразделений (цехов, бригад, участков). В качестве субъекта могут выступать органы государственной власти, НИИ, фонды, центры, общественные организации, средства массовой информации, аналитические службы предприятия [13].

Функциями экономической оценки деятельности являются:

– учётная;

– контрольная;

– организационная;

– стимулирующая;

– индикативная.

Существуют определенные принципы и правила проведения экономической оценки деятельности:

– комплексность;

– научность;

– объективность;

– системность;

– регулярность;

– действенность;

– оперативность;

– эффективность;

– массовость;

– государственный подход [9].

Система управления состоит из следующих взаимосвязанных функций:

– планирования;

– учёта;

– анализа и принятия управленческих решений.

Для того, чтобы управлять производством нужно иметь полную и правдивую информацию о ходе производственного процесса, о ходе выполнения планов. С помощью экономического анализа достигается осмысление и понимание информации.

На основе результатов экономического анализа разрабатываются и обосновываются управленческие решения.

Следовательно, можно говорить о том, что оценка хозяйственной деятельности является важным элементом в системе управления производством, а также эффективным средством выявления внутрихозяйственных резервов, основой разработки научно-обоснованных планов и принятия управленческих решений.

Важной частью деятельности любой организации, обеспечивающей жизнедеятельность предприятия, являются результаты, которые зависят от наличия и эффективности использования финансовых ресурсов. Поэтому конечным результатом деятельности любого субъекта хозяйствования является забота о финансах. В условиях рыночной экономики эти вопросы имеют важное значение.

Чтобы дать определение сущности анализа экономической деятельности предприятия, следует дать определение основных составляющих его элементов. Среди таких элементов можно выделить:

– структура средств предприятия;

– финансы предприятия;

– цели финансового анализа;

– структура имущества предприятия;

– субъекты анализа;

Особо важное значение финансы приобретают в условиях рынка. Тенденцией, действующей во всем мире, является возрастающая роль финансов предприятия [26].

Финансы предприятий являются системой отношений, которые связаны с их денежными платежами. Они возникают в процессе индивидуальных кругооборотов средств предприятий и источников этих средств.

Финансовые отношения имеют место между:

– предприятиями при взаимных финансовых вложениях (долевое участие, приобретение ценных бумаг, предоставление займов);

– предприятиями при оплате разнообразных поставок, работ, услуг, реализации продукции, уплате и взыскании штрафных санкций;

– предприятиями и трудовыми коллективами в процессе расчётов по оплате труда;

– предприятиями и индивидуальными акционерами при распространении акций и выплате дивидендов по ним;

– предприятиями и подотчётными лицами, персоналом предприятий по операциям, не относящимся к расчётам по оплате труда, а также разными дебиторами и кредиторами;

– предприятиями, арендаторами, вышестоящими организациями по арендным платежам;

– предприятиями и органами социального страхования, внебюджетными фондами при начислении и уплате страховых взносов, отчислений в Пенсионный фонд, Фонд занятости и т.д.;

– предприятиями и банками в процессе кредитования и погашения кредитов, при уплате процентов, при осуществлении прочих видов банковского обслуживания;

– предприятиями и государственным бюджетом при начислении и уплате налогов и санкций, целевом бюджетном финансировании, предоставлении налоговых льгот [29].

Финансы предприятий и источники их формирования связаны непрерывным кругооборотом средств предприятия, Данный кругооборот заключатся в производстве, снабжении, получении сбыте и распределении финансовых результатов (прибыли, выручки), а также в привлечении и возврате заёмных средств. В ходе кругооборота происходит непрерывное изменение структуры средств предприятия и их источников, которое можно определить, как соотношение между элементами имущества и элементами формирующего его капитала.

Структура средств предприятия складывается как пропорция между стоимостными величинами основных средств и других внеоборотных активов, запасов и затрат, денежных средств, расчётов и других оборотных активов. Структура источников имущества предприятия - это пропорция между стоимостными величинами источников собственных средств, долгосрочных кредитов и займов, краткосрочных кредитов и займов, расчётов с кредиторами и других краткосрочных пассивов. Каждый из перечисленных элементов имеет свою структуру, которая определяется более мелкими элементами.

Основной целью оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия является получение небольшого числа ключевых параметров, которые дают объективную и точную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчётах с дебиторами и кредиторами [17].

Способ накопления, трансформации и использования информации финансово-хозяйственного характера представлен экономической оценкой деятельности предприятия. Целями информации финансово-хозяйственного характера являются:

– оценить финансовое состояние предприятия в данном периоде и на перспективу;

– оценить возможные и целесообразные темпы развития предприятия;

– выявить доступные источники средств и оценить возможность и целесообразность их мобилизации;

– спрогнозировать положение предприятия на рынке капиталов [7].

Цель оценки финансового состояния определяет задачи его анализа. Основные задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности:

– оценка динамики, состава и структуры активов, их состояния и движения;

– оценка динамики, состава и структуры источников собственного и заёмного капитала, их состояния и движения;

– анализ абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости предприятия и оценка изменения ее уровня;

– анализ платежеспособности хозяйствующего субъекта и ликвидности активов его баланса [25].

Содержание экономического анализа обусловливается рядом обстоятельств:

– необходимостью проведения практики при расчёте новых показателей оценки финансового положения хозяйствующих субъектов, которые соответствуют современной системе экономических отношений и условиям формирования информационной базы анализа;

– запросами пользователей (инвесторов, партнеров и др.) аналитической информации для оценки реального финансового состояния предприятия;

– производственно-финансовой необходимостью в связи с продвижением товаров и услуг на внутренний и международный рынок;

– целесообразностью наиболее полного раскрытия информации о финансовой устойчивости организации, которая имеется у предприятия, в стремлении сделать ее наиболее «открытой»;

– потребностью в дополнительной информации о финансовом состоянии хозяйствующих субъектов для выработки и обоснования оптимальных управленческих решений внешними и внутренними её пользователями [28].

Основной целью анализа финансово-хозяйственной деятельности является подготовка информации для принятия оптимальных управленческих решений и для обоснования текущих и перспективных планов, направленных на достижение краткосрочных и стратегических целей предприятия.

Реализация этой цели анализа финансово-хозяйственной деятельности

Предполагать оценку сложившейся ситуации, диагностику и прогнозирование ее развития, и поиск путей достижения желаемых результатов наиболее эффективными способами.

В соответствии с этим выделяют три функции анализа:

1) оценочная функция – состоит в определении соответствия состояния экономики предприятия её целевым параметрам и потенциальным возможностям;

2) диагностическая функция – заключается в исследовании причин отклонений от целевых параметров и прогнозировании дальнейшего развития ситуации;

3) поисковая функция – заключается в выявлении потенциальных возможностей достижения поставленных целей.

Анализ финансово хозяйственной деятельности, являясь одной из функций управления предприятием, осуществляется до принятия решения, в процессе выполнения решения и по результатам выполнения решения

Содержанием анализа финансово-хозяйственной деятельности является всестороннее изучение экономической информации о функционировании субъекта хозяйствования с целью принятия рациональных управленческих решений для обеспечения выполнения производственных программ предприятия, для оценки уровня их выполнения, для выявления слабых мест и внутрихозяйственных резервов.

В целом анализ финансово-хозяйственной деятельности призван содействовать:

1) рациональному и экономному использованию всех производственных и финансовых ресурсов;

2) выявлению и внедрению передового опыта научной организации труда, повышению эффективности использования техники и технологии производства;

3) предупреждению и поиску излишних затрат на производство продукции и других расходов предприятия.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности имеет следующие особенности:

– ориентация результатов анализа на цели и интересы собственников организации;

– использование всего многообразия информации для проведения анализа, в том числе данных производственного учёта;

– отсутствие регламентации анализа со стороны государственных органов управления;

– комплексность анализа, изучение всех сторон деятельности предприятия во взаимной связи и обусловленности;

– закрытость результатов анализа в целях сохранения коммерческой тайны [20].

## 2. Экономический анализ ООО «Кондитерская фабрика»

## 2.1 Общие организационные основы предприятия ООО «Кондитерская фабрика»

Объект исследования - ООО «Кондитерская фабрика».

Организационно – правовая форма: общество с ограниченной ответственностью.

Год создания: 2009 г.

Юридический адрес: 613150, г. Слободской, ул. Свердлова, д.37.

Формирование уставного капитала ООО «Кондитерская фабрика» осуществлялось в соответствии с требованиями Федерального закона от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [1]. Размер уставного капитала определен в сумме 30000 рублей.

Основной целью создания общества является осуществление коммерческой деятельности для извлечения прибыли.

Основные виды деятельности в соответствии с Уставом (Приложение А):

- производство сухих хлебобулочных изделий и мучных кондитерских изделий длительного хранения;

- производство прочих пищевых продуктов;

- оптовая торговля мучными кондитерскими изделиями;

- коммерческая и торгово-посредническая деятельность.

Организационная структура представлена в приложении Б.

Организационная структура ООО «Кондитерская фабрика» представляет собой иерархический тип структуры управления и строится по следующим принципам:

1. Принцип иерархичности уровней управления, при котором каждый нижестоящий уровень контролируется вышестоящим и подчиняется ему;

2. Вытекающий из него принцип соответствия полномочий и ответственности работников управления месту в иерархии;

3. Принцип разделения труда на отдельные функции и специализации работников по выполняемым функциям;

4. Принцип формализации и стандартизации деятельности, обеспечивающий однородность выполнения работниками своих обязанностей и скоординированность различных задач;

5. Вытекающий из него принцип обезличенности выполнения работниками своих функций;

6. Принцип квалификационного отбора – в соответствии с данным принципом найм и увольнение с работы производится в строгом соответствии с квалификационными требованиями [6].

Основные функции структурных подразделений ООО «Кондитерская фабрика» представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные функции структурных подразделений ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |
| --- | --- |
| Структурное подразделение | Функции |
| Бухгалтерия | Постановка и ведение бухгалтерского учёта. Формирование бухгалтерской и налоговой отчётности, сдача их в установленные законодательством сроки. |
| Финансово-экономический отдел | Организация и ведение бюджетирования. Анализ эффективности деятельности предприятия. |
| Отдел сбыта | Разработка сбытовой политики фирмы.  Анализ рынка и результатов коммерческой деятельности организации.  Прогнозирование будущих продаж и рыночной доли фирмы.  Определение ценовой и товарной политики.  Выбор наиболее оптимальных каналов и методов продвижения товаров. |
| Склад | Прием сырья и готовой продукции на склад, организация и ведение складского учёта, инвентаризация товарно-материальных ценностей. Отгрузка продукции покупателям. Оформление документации по складскому движению материальных ценностей. |
| Технологическая служба | Интенсификация существующих и создание новых высокоэффективных технологических процессов, обеспечивающих высокое качество готовой продукции. Разработка оптимальных способов и режимов технологических процессов. Совершенствование ассортимента продукции, улучшение ее качества и повышение пищевой ценности. |
| Отдел хозяйственного обеспечения | Обеспечение предприятия сырьем и материалами, подготовка и заключение договоров на поставку. Контроль за поставкой ресурсов. |
| Отдел по работе с персоналом | Оформление приема, перевода и увольнения работников. Учёт личного состава. Регистрация, хранение, заполнение трудовых книжек, ведение установленной документации по кадрам. Составление графика отпусков и контроль за его исполнением. Оформление приказов по личному составу. |
| Производственный отдел | Производство и фасовка кондитерской продукции. |
| Служба главного инженера | Обеспечение технического развития предприятия, разработка мероприятий по реконструкции и модернизации производства, обеспечение необходимой технической подготовки производства.  Поддержание парка технического оборудования предприятия в рабочем состоянии.  Обеспечение бесперебойного снабжения предприятия всеми видами энергии, организация эксплуатации и своевременный ремонт энергетического и оборудования и энергосистем, контроль за рациональным расходованием энергетических ресурсов на предприятии. |

Организационная структура и распределение должностных обязанностей в ООО «Кондитерская фабрика» вполне оптимальны. Это позволяет предприятию успешно функционировать и конкурировать на рынке.

Структура управления ООО «Кондитерская фабрика» представлена в приложении В.

Структура управления фабрики линейно-функциональная.

Такая структура обеспечивает минимальные издержки производства и минимальную себестоимость эксплуатационных мероприятий.

Основными достоинствами линейно-функциональной структуры управления является относительная простота подбора руководителей и реализации функций управления. Такая организация управления обеспечивает оперативность принятия и реализации управленческих решений, единство и четкость распорядительства и исключает дублирование полномочий и противоречивость распоряжений. Все обязанности и полномочия четко распределены, что обеспечивает все необходимые условия для поддержания необходимой дисциплины в коллективе. Кроме этого, обеспечивается повышение ответственности руководителя за результаты деятельности возглавляемого им подразделения, получение исполнителями увязанных между собой распоряжений и заданий, обеспеченными ресурсами и личная ответственность за конечные результаты деятельности своего подразделения [22].

Проанализируем внешнюю среду. ООО «Кондитерская фабрика» ведет свою работу на рынке свободной конкуренции. Основными конкурентами ООО «Кондитерская фабрика» являются:

- ОАО «Булочно-кондитерский комбинат»;

- ООО «Кондитерская фабрика»;

- ООО «Таурас»;

- ООО ТД «Вятская услада».

Основные покупатели:

- ООО «КИО»;

- сетевые магазины;

- ООО ТД «Александровский»;

- Слободское райпо;

- Белохолуницкое райпо и др.

Предприятие ООО «Кондитерская фабрика» осуществляет производство продукции под брендом «Дымка».

Кировская кондитерская компания «Дымка» производит кондитерскую продукцию на российский рынок. Рабочие мощности оснащены высокотехнологичным российским и европейским оборудованием. Оборудование полностью автоматизировано, ручной труд минимизирован. В ассортимент входит: печенья, конфеты, вафли, пряники, пастила, зефир, напитки и другое. Продукция изготавливается в соответствии с международными стандартами. Качество продукции подтверждено участием в региональных и российских конкурсах. Компания реализует продукцию оптовым и розничным партнерам по всей территории РФ и в страны зарубежья [30].

Бухгалтерская финансовая отчётность ООО «Кондитерская фабрика» представлена в приложениях Г, Д, Е, Ж [31].

Показатели размера предприятия представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели размера ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014г. | 2015г. | 2016г. | 2016 г. в % к 2014 г. |
| Выручка, тыс. руб. | 127644 | 138188 | 118754 | 93,04 |
| Индекс потребительских цен | 1,114 | 1,129 | 1,054 | х |
| Выручка (в сопоставимой оценке к уров­ню *2016 г.),* тыс.руб. | 151892 | 145650 | 118754 | 78,18 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 396 | 385 | 399 | 100,76 |
| Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб. | 2957 | 2875 | 2731 | 92,36 |
| Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб. | 17044 | 24010 | 20328 | 119,27 |

Выручка 2015 г., приведенная к уровню 2016 г.:

138188 \* 1,054=145650 тыс.руб.

Выручка 2014 г., приведенная к уровню 2016 г.:

127644 \* 1,054\*1,129=151892 тыс.руб.

Выручка от продаж сократилась в 2016 г. по сравнению с 2014 г. на 6,96% в текущей оценке и на 21,82% в сопоставимой оценке. Это обусловлено снижением объёмов реализации продукции.

Среднегодовая стоимость основных производственных фондов уменьшилась на 7,64%, что связано с ликвидацией устаревшего оборудования, не используемого в производстве продукции.

Среднесписочная численность персонала увеличилась на 0,76%.

В целом можно сделать вывод, что ООО «Кондитерская фабрика» в отчётном периоде сократило масштабы деятельности.

Состав и структура выручки ООО «Кондитерская фабрика» за 2014-2016 г.г. представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Состав и структура выручки ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид продукции | 2014г. | | 2015г. | | 2016г. | |
| тыс.  руб. | % | тыс.  руб. | % | тыс.  руб. | % |
| Печенье | 66822 | 52,35 | 71546 | 51,77 | 61348 | 51,66 |
| Вафли | 20397 | 15,98 | 20842 | 15,08 | 18555 | 15,62 |
| Пастила | 19873 | 15,57 | 22231 | 16,09 | 19355 | 16,3 |
| Ирис | 20552 | 16,1 | 23569 | 17,06 | 19496 | 16,42 |
| Итого | 127644 | 100 | 138188 | 100 | 118754 | 100 |

Основным видом деятельности ООО «Кондитерская фабрика» является производство печенья в ассортименте, о чем свидетельствует структура выручки (таблица 3). Удельный вес данной продукции в выручке поддерживается на уровне около 50%. Следующий по объёмам продаж вид деятельности – производство ириса. Удельный вид данной продукции увеличился с 16,1% до 16,42%. Структурные изменения за период незначительны: удельный вес выручки от производства вафель снизился с 15,98% до 15,62%, удельный вес выручки от производства ириса увеличился.

В таблице 4 представлены динамика состава и структуры основных производственных фондов предприятия.

Таблица 4 - Состав и структура основных производственных фондов ООО «Кондитерская фабрика» на конец периода (по первоначальной стоимости)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014 г. | | 2015 г. | | 2016 г. | | 2016 г.  2014 г., % |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| Здания и сооружения | 105 | 12,5 | 71 | 9,29 | 37 | 7,61 | 35,24 |
| Машины и оборудование | 474 | 56,43 | 329 | 43,0 | 185 | 38,07 | 39,03 |
| Производственный и хозяйственный инвентарь | 261 | 31,07 | 365 | 47,71 | 264 | 54,32 | 101,15 |
| Всего основных средств | 840 | 100 | 765 | 100 | 486 | 100 | 57,86 |

В структуре основных фондов наибольший удельный вес приходится на группу «производственный и хозяйственный инвентарь», то есть на активную часть фондов (54,32%).

В целом за период 2014-2016 г.г. стоимость основных фондов ООО «Кондитерская фабрика» снизилась на 42,14% за счет снижения стоимости машин и оборудования и зданий и сооружений.

Структурные изменения произошли в сторону роста удельного веса производственного и хозяйственного инвентаря и снижения удельного веса машин и оборудования и зданий и сооружений.

Тенденции в хозяйственной деятельности предприятия отразились и на показателях эффективности использования основных средств ООО «Кондитерская фабрика».

В таблице 5 представим динамику показателей.

Таблица 5 - Показатели наличия и эффективности использования основных средств ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. к 2014 г., % |
| Выручка, тыс.руб. | 127644 | 138188 | 118754 | 93,04 |
| Выручка (в сопоставимой оценке к уров­ню *2016 г.), тыс*.руб. | 151892 | 145650 | 118754 | 78,18 |
| Прибыль от продаж, тыс.руб. | 10081 | 9282 | 2953 | 29,29 |
| Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс.руб. | 2957 | 2875 | 2731 | 92,36 |
| Среднесписочная численность персонала, чел. | 396 | 385 | 399 | 100,76 |
| Фондовооруженность, тыс.руб./чел. | 7,47 | 7,47 | 6,84 | 91,57 |
| Фондоотдача (в сопоставимой оценке к уровню *2016 г.*),руб. | 51,37 | 50,66 | 43,48 | 84,64 |
| Фондоёмкость (в сопоставимой оценке к уровню *2016 г.*),руб. | 0,019 | 0,02 | 0,023 | 121,05 |
| Рентабельность основных средств, % | 340,92 | 322,85 | 108,13 | х |

В рассматриваемом периоде показатель фондоотдачи сократился на 15,36%, то есть эффективность использования основных производственных фондов снизилась.

Динамика показателя фондоотдачи (в сопоставимой оценке к уровню *2016 г.*) свидетельствует о снижении эффективности использования основанных фондов ООО «Кондитерская фабрика». В 2014 г. на каждый рубль, вложенный в основные средства было получено 51,37 руб. выручки. В 2016 г. данный показатель составил 43,48 руб. При снижении стоимости фондов данная динамика фондоотдачи свидетельствует о менее интенсивном их использовании.

Рост показателя фондоёмкости на 21,05% указывает на существенное снижение загрузки фондов ООО «Кондитерская фабрика».

Рентабельность использования основных средств снизилась.

Данные таблицы 5 свидетельствуют о снижении эффективности использования основных средств ООО «Кондитерская фабрика».

Состав и структура оборотных средств ООО «Кондитерская фабрика» представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Состав и структура оборотных средств ООО «Кондитерская фабрика» на конец периода

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014 год | | 2015 год | | 2016 год | | 2016г.  в %  к 2014 г. |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| Запасы | 1203 | 5,52 | 1179 | 4,49 | 1476 | 10,24 | 122,69 |
| Дебиторская задолженность | 15060 | 69,15 | 7946 | 30,28 | 5547 | 38,48 | 36,83 |
| Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения | 5517 | 25,33 | 17114 | 65,22 | 7394 | 51,29 | 134,02 |
| Итого оборотные активы | 21780 | 100 | 26239 | 100 | 14417 | 100 | 66,19 |

За анализируемый период стоимость оборотных средств ООО «Кондитерская фабрика» снизилась на 33,81% в основном за счет снижения стоимости дебиторской задолженности. Запасы увеличились на 22,69%, сумма денежных средств и краткосрочных финансовых вложений – на 34,02%. Наибольший удельный вес в структуре оборотных активов занимают наиболее ликвидные активы за счет финансовых вложений в ценные бумаги.

Структурные изменения позитивные: отмечается рост удельного веса наиболее ликвидных активов при снижении удельного веса запасов и дебиторской задолженности.

Рассмотрим показатели экономической эффективности использования оборотных средств ООО «Кондитерская фабрика» (таблица 7).

Таблица 7 - Показатели эффективности использования оборотных средств ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. к 2014 г. (+;-) |
| Выручка, тыс.руб. | 127644 | 138188 | 118754 | -8890 |
| Чистая прибыль, тыс.руб. | 6509 | 5970 | 2658 | -3851 |
| Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс.руб. | 17044 | 24010 | 20328 | 3284 |
| Коэффициент оборачиваемости, раз | 7,49 | 5,76 | 5,84 | -1,65 |
| Продолжительность одного оборота, дни | 48 | 63 | 62 | 14 |
| Рентабельность оборотных средств, % | 38,19 | 24,86 | 13,08 | -25,11 |

При снижении выручки использование оборотных средств предприятия становится менее эффективным за счет роста их величины. Коэффициент оборачиваемости в 2016 г. по сравнению с 2014 г. снизился на 1,65 об., что свидетельствует о замедлении оборачиваемости текущих активов.

Скорость обращения оборотных средств замедлилась с 48 дн. до 62 дн., что привело к относительному перерасходу средств, вложенных в оборотные активы. По итогам анализа эффективности использования оборотных активов можно сделать вывод, о снижении эффективности их использования за трехлетний период.

Рассмотрим состав и структуру персонала предприятия (таблица 8).

Таблица 8 - Состав и структура персонала ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Категории персонала | 2014 год | | 2015 год | | 2016 год | | 2016г.  в % к 2014 г. |
| чел. | % | чел. | % | чел. | % |
| Среднесписочная численность работников, всего | 396 | 100 | 385 | 100 | 399 | 100 | 108,11 |
| В том числе: |  |  |  |  |  |  |  |
| Руководители | 13 | 3,28 | 13 | 3,38 | 13 | 3,26 | 100,00 |
| Специалисты | 104 | 26,26 | 106 | 27,53 | 105 | 26,32 | 100,96 |
| Рабочие | 279 | 70,45 | 266 | 69,09 | 281 | 70,43 | 100,72 |

Численность персонала увеличилась на 3 человека за счет увеличения численности специалистов и рабочих.

Наибольший удельный вес в структуре персонала занимают рабочие (70,43% численности).

Рассмотрим, насколько эффективно используется персонал ООО «Кондитерская фабрика» (таблица 9).

Таблица 9 – Показатели эффективности использования персонала ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. к 2014 г., % |
| Выручка (в сопоставимой оценке к уров­ню 2016 г.*), тыс.*руб. | 151892 | 145650 | 118754 | 78,18 |
| Среднесписочная численность персонала, чел. | 396 | 385 | 399 | 100,76 |
| Среднесписочная численность рабочих, чел. | 279 | 266 | 281 | 100,72 |
| Среднегодовая выработка продукции одного работника (в сопоставимой оценке к уровню 2016 г.), тыс. руб. | 383,57 | 378,31 | 297,63 | 77,59 |
| Среднегодовая выработка продукции одного рабочего (в сопоставимой оценке к уровню 2016 г.),тыс. руб. | 544,42 | 547,56 | 422,61 | 77,63 |
| Выработка продукции за 1 чел.-час. (в сопоставимой оценке к уров­ню *2016 г.)*, тыс.руб. | 0,224 | 0,219 | 0,168 | 75 |
| Трудоёмкость продукции, чел.-час. | 4,46 | 4,57 | 5,95 | 133,41 |

За рассматриваемый период производительность персонала снижается, на что указывает динамика спада показателя производства в расчёте на одного работника и рабочего. Среднегодовая выработка одного работника в 2016 г. по сравнению с 2014 г. снизилась на 22,41%, одного рабочего – на 22,37%.

Выработка продукции за 1 чел.-час снизилась на 25%, соответственно увеличился показатель трудоёмкости продукции. Трудозатраты на создание определённого количества продукции растут, что отрицательно характеризует эффективность использования трудовых ресурсов ООО «Кондитерская фабрика».

Анализ финансовой устойчивости предприятия состоит в том, чтобы оценить риски, связанные с финансированием его деятельности с помощью привлеченных источников средств.

Рассмотрим финансовые результаты деятельности предприятия (таблица 10).

Таблица 10 - Финансовые результаты деятельности ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2016 г. к 2014 г., % |
| Выручка, тыс. руб. | 127644 | 138188 | 118754 | 93,04 |
| Себестоимость, тыс. руб. | 101079 | 110843 | 98891 | 97,84 |
| Валовая прибыль, тыс.руб. | 26565 | 27345 | 19863 | 74,77 |
| Коммерческие расходы, тыс.руб. | 2879 | 3097 | 2658 | 92,32 |
| Управленческие расходы, тыс.руб. | 13605 | 14966 | 14252 | 104,76 |
| Прибыль от продаж, тыс. руб. | 10081 | 9282 | 2953 | 29,29 |
| Прибыль до налогообложения, тыс. руб. | 8519 | 7871 | 3474 | 40,78 |
| Чистая прибыль, тыс. руб. | 6509 | 5970 | 2658 | 40,84 |
| Рентабельность продаж, % | 5,1 | 4,32 | 2,24 | х |
| Рентабельность затрат, % | 5,54 | 4,63 | 2,3 | х |

Темп снижения себестоимости опережает темп снижения выручки от продаж, в связи с чем финансовый результат продаж за период 2014-2016 г.г. существенно снизился и составил в 2016 г. 2953 тыс.руб., что на 70,71% меньше показателя 2014 г. ООО «Кондитерская фабрика» неэффективно ведет осуществляет политику управления затратами.

Результирующим финансовым показателем годовой деятельности ООО «Кондитерская фабрика» является показатель чистой прибыли, который за период 2014-2016 г.г. снизился на 59,16%.

Рентабельность продаж в рассматриваемом периоде снизилась с 5,1% в 2014 г. до 2,24% в 2016 г. Продажи становятся все менее эффективными.

Рентабельность затрат характеризует сумму чистой прибыли, приходящейся на каждый рубль затрат на производство и сбыт продукции. Данный показатель снизился с 5,54% до 2,3%.

В целом динамика показателей рентабельности (рассчитанные по чистой прибыли) свидетельствует о снижении эффективности деятельности и использования финансовых ресурсов ООО «Кондитерская фабрика» за трехлетний период.

Для изучения финансового состояния предприятия составлен аналитический баланс предприятия (таблица 11).

Таблица 11 - Аналитический баланс ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Статьи баланса | На 31.12.14 г. | На  31.12.15 г. | На 31.12.16 г. |
| Актив | | | |
| Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (S) | 5517 | 17114 | 7394 |
| Дебиторская задолженность и прочие оборотные активы (Ra) | 15060 | 7946 | 5547 |
| Запасы и затраты (Z) | 1203 | 1179 | 1476 |
| Всего текущие активы (Аt) | 21780 | 26239 | 14417 |
| Иммобилизованные средства (F) | 840 | 765 | 12518 |
| Итого активов (имущество предприятия) (Ва) | 22620 | 27004 | 26935 |
| Пассив | | | |
| Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы (Rр) | 14328 | 13338 | 11965 |
| Краткосрочные кредиты и займы (Kt) | 0 | 0 | 0 |
| Всего краткосрочный заёмный капитал (краткосрочные обязательства) (Рt) | 14328 | 13338 | 11965 |
| Долгосрочный заёмный капитал (долгосрочные обязательства) (Кd) | 12 | 16 | 10 |
| Собственный капитал (Ес) | 8280 | 13650 | 14960 |
| Итого пассивов (капитал предприятия) (Вр) | 22620 | 27004 | 26935 |

Определение типа финансовой устойчивости представлено в таблице 12.

Таблица 12 – Обеспеченность запасов источниками формирования и тип финансовой устойчивости, тыс.руб.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | | На 31.12.14г. | На 31.12.15г. | На 31.12.16г. | Изменение  2016 г. к  2014 г.(+;-) |
| 1 | | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Собственный капитал (Ес) | | 8280 | 13650 | 14960 | 6680 |
| Внеоборотные активы (F) | | 840 | 765 | 12518 | 11678 |
| Наличие собственных оборотных средств (Ас) Аc=Еc-F | | 7440 | 12885 | 2442 | -4998 |
| Долгосрочный заёмный капитал (Кd) | | 12 | 16 | 10 | -2 |
| Наличие долгосрочных источников формирования запасов Аr=Ас+Кd | 7452 | 12901 | 2452 | -5000 |
| Краткосрочные займы и кредиты (Кt) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Общая величина нормальных источников формирования запасов А0=Аr+Кt | 7452 | 12901 | 2452 | -5000 |
| Общая величина запасов, тыс.руб. (Z) | 1203 | 1179 | 1476 | 273 |
| Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств для формирования запасов Nс=Ас-Z | 6237 | 11706 | 966 | -5271 |
| Излишек (+), недостаток (-) долгосрочных источников формирования запасов, тыс.руб. Nr=Аr-Z | 6249 | 11722 | 976 | -5273 |
| Излишек (+), недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов, тыс.руб. N0=А0-Z | 6249 | 11722 | 976 | -5273 |
| Тип финансовой устойчивости | Абсолютная финансовая устойчивость | Абсолютная финансовая устойчивость | Абсолютная финансовая устойчивость | - |

На протяжении 2014-2016 г.г. ООО «Кондитерская фабрика» абсолютно финансово устойчиво: для формирования запасов и затрат достаточно собственного оборотного капитала.

Далее рассмотрим и проанализируем коэффициенты финансовой устойчивости (таблица 13).

Таблица 13 - Коэффициенты финансовой устойчивости ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Оптимальное значение | На 31.12.14г. | На 31.12.15г. | На  31.12.16г. | Изменение  2016г. к 2014г. (+;-) |
| Коэффициент автономии | 0,5-0,6 | 0,37 | 0,51 | 0,56 | 0,19 |
| Коэффициент финансовой зависимости | 0,4-0,5 | 0,63 | 0,49 | 0,44 | -0,19 |
| Коэффициент финансового левериджа | <1,0 | 1,73 | 0,98 | 0,8 | -0,93 |
| Коэффициент маневренности собственного капитала | 0,2-0,4 | 0,9 | 0,94 | 0,16 | -0,74 |
| Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами | 0,1 | 0,34 | 0,49 | 0,17 | -0,17 |
| Коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами | 0,6-0,8 (нижняя граница 0,5) | 6,18 | 10,93 | 1,65 | -4,53 |

Коэффициент автономии в пределах оптимального ɜначения, следовательно, деятельность ООО «Кондитерская фабрика» не ɜависит от ɜаемных источников ɸинансирования: на 56% капитал сформирован ɜа счет собственных источников.

В пределах нормы коэффициент финансовой ɜависимости, который покаɜывает, что доля ɜаемных средств в общей величине источников финансирования составляет 44%.

Коэффициент финансового левериджа меньше 1, свидетельствует о том, что собственный капитал превышает заёмный, можно отметить, что структура пассивов оптимальна.

Коэффициент соотношения оборотных и внеоборотных активов на конец больше коэффициента финансового левериджа, что свидетельствует о наличии собственных оборотных средств в обороте.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, обеспеченности ɜапасов и ɜатрат собственными оборотными средствами в пределах нормы, что говорит о достаточности собственного оборотного капитала ООО «Кондитерская фабрика».

В целом можно сделать вывод о том, что в настоящее время ООО «Кондитерская фабрика» финансово устойчиво, его деятельность не ɜависит от внешних источников финансирования.

Показатели ликвидности и платежеспособности ООО «Кондитерская фабрика» представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Коэффициенты ликвидности и платежеспособности ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Оптим.  знач. | На 31.12.14г. | На 31.12.15г. | На 31.12.16г. | Изменение  2016 г. к 2014 г.  (+;-) |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,2-0,3 | 0,39 | 1,28 | 0,62 | 0,23 |
| Коэффициент промежуточной ликвидности | 0,8-1,0 | 1,44 | 1,88 | 1,08 | -0,36 |
| Коэффициент текущей ликвидности | 2,0 | 1,52 | 1,97 | 1,2 | -0,32 |
| Соотношение дебиторской и кредиторской задолженно­сти | 0,9-1,0 | 1,05 | 0,6 | 0,46 | -0,59 |
| Доля оборотных средств в активах | ≥0,5 | 0,96 | 0,97 | 0,54 | -0,42 |
| Коэффициент общей платежеспособности | ≥2,0 | 1,58 | 2,02 | 2,25 | 0,67 |

Коэффициент абсолютной ликвидности выше нормы, что свидетельствует о достаточности наиболее ликвидных активов для погашения текущих обяɜательств.

Коэффициент промежуточной ликвидности также нормы. Это свидетельствует о наличии платежеспособности в среднесрочной перспективе.

Коэффициент текущей ликвидности ниже норматива.

Доля оборотных средств в активах выше норматива, что свидетельствует о том, что активы ООО «Кондитерская фабрика» преимущественным обраɜом сформированы ɜа счет более ликвидных – оборотных активов.

Соотношение дебиторской и кредиторской ɜадолженности на протяжении периода существенно отклоняется от норматива: кредиторская задолженность существенно превышает кредиторскую.

В целом можно отметить, что ООО «Кондитерская фабрика» финансово устойчиво, платежеспособно.

## 2.2 Основные экономические показатели за 2014-16 гг.

Проведем анализ прочих доходов и расходов ООО «Кондитерская фабрика». Прочими доходами являются проценты к получению, доходы от сдачи имущества в аренду, доходы, полученные от ликвидации основных средств, штрафы и пени к получению за невыполнение условий договоров.

Состав и структура прочих доходов представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Состав и структура прочих доходов ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид прочих доходов | 2014г. | | 2015г. | | 2016г. | | Изменение  2016г. к 2014г. | |
| тыс.  руб. | % | тыс.  руб. | % | тыс.  руб. | % | тыс.  руб. | п.п. |
| Проценты к получению | 39 | 5,74 | 25 | 2,72 | 674 | 47,36 | 635 | 41,62 |
| Доходы от сдачи имущества в аренду | 381 | 56,11 | 514 | 55,87 | 523 | 36,75 | 142 | -19,36 |
| Доходы от реализации ТМЦ | 245 | 36,08 | 362 | 39,35 | 214 | 15,04 | -31 | -21,04 |
| Штрафы и пени к получению | 14 | 2,06 | 19 | 2,07 | 12 | 0,84 | -2 | -1,22 |
| Итого | 679 | 100 | 920 | 100 | 1423 | 100 | 744 | х |

Сумма прочих доходов в 2016г. по сравнению с 2014 г. увеличилась на 744 тыс.руб. За счет увеличения процентов к получению сумма прочих доходов увеличилась на 635 тыс.руб., за счет увеличения доходов от сдачи имущества в аренду – на 142 тыс.руб. За счет снижения доходов от реализации ТМЦ сумма прочих доходов снизилась на 31 тыс.руб., за счет снижения суммы штрафов к получению – на 2 тыс.руб.

Структурные изменения произошли в сторону роста удельного веса доходов от процентов к получению и снижения прочих видов доходов.

Структура прочих доходов в 2016 г. представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Структура прочих доходов в 2016 г.

Прочими расходами являются проценты к уплате, расходы, возникающие в связи с реализацией прочего имущества, услуги банка, штрафы и пени к уплате.

Динамика и структура прочих расходов ООО «Кондитерская фабрика» за период 2014-2016 г.г. представлена в таблице 16.

Таблица 16 - Динамика и структура прочих расходов ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид прочих доходов | 2014г. | | 2015г. | | 2016г. | | Изменение  2016г. к 2014г. | | | |
| тыс.  руб. | % | тыс.  руб. | % | тыс.  руб. | % | тыс.  руб. | | п.п. | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | | 9 | |
| Расходы на содержание производственных мощностей и объектов, находящихся на консервации | 395 | 17,63 | 287 | 12,31 | 178 | 19,73 | -217 | | 2,1 | |
| Расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организаций | 206 | 9,19 | 292 | 12,53 | 147 | 16,3 | -59 | | 7,11 | |
| Суммы дебиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности | 417 | 18,61 | 409 | 17,55 | 89 | 9,87 | -328 | | -8,74 | |
| Расходы, связанные с рассмотрением дел в судах | 254 | 11,33 | 305 | 13,08 | 101 | 11,2 | | -153 | | -0,13 |
| Расходы, связанные  с реализацией прочих  ТМЦ | 226 | 10,08 | 359 | 15,4 | 106 | 11,75 | | -120 | | 1,67 |
| Услуги банка | 365 | 16,29 | 298 | 12,78 | 207 | 22,95 | | -158 | | 6,66 |
| Штрафы и пени к уплате | 378 | 16,87 | 381 | 16,34 | 74 | 8,2 | | -304 | | -8,67 |
| Итого | 2241 | 100 | 2331 | 100 | 902 | 100 | | -1339 | | х |

Сумма прочих расходов в 2016г. по сравнению с 2014 г. сократилась на 1339 тыс.руб., в том числе за счет снижения расходов на содержание производственных мощностей и объектов, находящихся на консервации – на 217 тыс.руб. за счет снижения расходов, связанных с предоставлением за плату во временное пользование активов – на 59 тыс.руб., за счет снижения суммы дебиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности – на 328 тыс.руб., за счет снижения расходов по рассмотрению дел в судах – на 153 тыс.руб.; за счет снижения расходов, связанных с реализацией ТМЦ – на 120 тыс.руб.; за счет снижения услуг банка – на 158 тыс.руб.; за счет снижения штрафов и пени к уплате – на 304 тыс.руб.

Наибольший удельный вес в структуре прочих расходов составляют услуги банка. Существенные структурные изменения за период произошли в сторону снижения удельного веса сумм дебиторской задолженности с истекшим сроком исковой давности, штрафов и пени к уплате и росту удельного веса остальных видов прочих расходов.

Далее проведем анализ прибыли до налогообложения и чистой прибыли.

В соответствии с порядком формирования отчёта о финансовых результатах конечный финансовый результат – чистую прибыль (убыток) отчётного периода ООО «Кондитерская фабрика» – можно представить в виде следующей модели аддитивного типа:

ПЧ = N – С – КР – УР + ПД – ПР - ПП,

где ПЧ – прибыль чистая;

С – себестоимость проданной продукции (работ, услуг);

КР – коммерческие расходы;

УР – управленческие расходы;

ПД – прочие доходы;

ПР – прочие расходы;

НП – текущий налог на прибыль.

Проведем факторный анализ прибыли до налогообложения и чистой прибыли (таблица 17).

Таблица 17 – Влияние факторов на изменение показателей прибыли отчётного периода в сравнении с базисным периодом, тыс.руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель-фактор | Базисный период 2015г. | Отчётный период  2016 г. | Сумма влияния (+,-) |
| 1. Выручка | 138188 | 118754 | -19434 |
| 2. Себестоимость | 110843 | 98891 | 11952 |
| 3. Валовая прибыль | 27345 | 19863 | -7482 |
| 4. Коммерческие расходы | 3097 | 2658 | 439 |
| 5.Управленческие расходы | 14966 | 14252 | 714 |
| 5. Прибыль от продаж | 9282 | 2953 | -6329 |
| 6. Проценты к получению | 254 | 674 | 420 |
| 7. Проценты к уплате | 0 | 0 | 0 |
| 8. Прочие доходы | 666 | 749 | 83 |
| 9. Прочие расходы | 2331 | 902 | 1429 |
| 10. Прибыль до налогообложения | 7871 | 3474 | -4397 |
| 11.Текущий налог на прибыль | 1901 | 816 | 1085 |
| 12.Чистая прибыль отчётного периода | 5970 | 2658 | -3312 |

Прибыль до налогообложения снизилась на 4397 тыс.руб., в том числе за счет снижения выручки – на 19434 тыс.руб.

Остальные факторы оказали положительное влияние на рост прибыли до налогообложения:

- за счет снижения себестоимости прибыль до налогообложения увеличилась на 11952 тыс.руб.;

- за счет снижения коммерческих расходов прибыль до налогообложения увеличилась на 439 тыс.руб.;

- за счет снижения управленческих расходов прибыль до налогообложения увеличилась на 714 тыс.руб.;

- за счет увеличения процентов к получению прибыль до налогообложения увеличилась на 420 тыс.руб.;

- за счет увеличения прочих доходов прибыль до налогообложения увеличилась на 83 тыс.руб.;

- за счет снижения прочих расходов прибыль до налогообложения увеличилась на 1429 тыс.руб.

Снижение чистой прибыли на 4397 тыс.руб. обусловлено снижением прибыли до налогообложения. За счет снижения текущего налога на прибыль чистая прибыль увеличилась на 1085 тыс.руб. За счет влияния всех факторов чистая прибыль снизилась на 3312 тыс.руб.

Одними из главных показателей эффективности деятельности ООО «Кондитерская фабрика» являются показатели рентабельности.

Показатели рентабельности представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Система основных показателей рентабельности ООО «Кондитерская фабрика», %

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014г. | 2015г. | 2016г. | Отклонение 2016 г. к 2014 г., (+,-) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1.Выручка, тыс.руб. | 127644 | 138188 | 118754 | -8890 |
| 2.Полная себестоимость, тыс.руб. | 117563 | 128906 | 115801 | -1762 |
| 3.Прибыль от продаж, тыс.руб. | 10081 | 9282 | 2953 | -7128 |
| 4.Чистая прибыль, тыс.руб. | 6509 | 5970 | 2658 | -3851 |
| 5.Среднегодовая сумма активов, тыс.руб. | 17888 | 24812 | 26970 | 9082 |
| 6.Среднегодовая стоимость собственного капитала | 5326 | 10965 | 14305 | 8979 |
| 7.Среднегодовая сумма текущих активов, тыс.руб. | 17044 | 24010 | 20328 | 3284 |
| 8.Рентабельность текущих затрат по прибыли от продаж | 8,57 | 7,2 | 2,55 | -6,02 |
| 9.Рентабельность продаж: |  |  |  |  |
| по прибыли от продаж | 7,9 | 6,72 | 2,49 | -5,41 |
| по чистой прибыли | 5,1 | 4,32 | 2,24 | -2,86 |
| 10.Рентабельность текущих активов по чистой прибыли | 38,19 | 24,86 | 13,08 | -25,11 |
| 11. Рентабельность совокупных активов по чистой прибыли | 36,39 | 24,06 | 9,86 | -26,53 |
| 12.Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли | 122,21 | 54,45 | 18,58 | -103,63 |

На протяжении 2014-2016 г.г. деятельность ООО «Кондитерская фабрика» прибыльна. Эффективность продаж по прибыли от продаж снизилась, то есть на каждый рубль выручки в 2016 г. приходится меньше прибыли от продаж, чем в 2014 г. Эффективность продаж, рассчитанная по чистой прибыли, снизилась на 2,86 п.п.

Эффективность использования текущих и совокупных активов увеличилась соответственно на 25,11 п.п. и 26,53 п.п.

В целом можно отметить, что эффективность деятельности и использования активов и капитала ООО «Кондитерская фабрика» в 2016 г. существенно ниже, чем в 2014 г.

Динамика показателей рентабельности продаж и затрат представлена на рисунке 2.

Рисунок 2 – Динамика показателей рентабельности продаж и затрат

Проведем факторный анализ совокупных активов (капитала).

Исходные данные и результаты расчётов представлены в таблице 19.

Таблица 19 - Влияние факторов на изменение рентабельности совокупных активов (капитала)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Усл.об. | 2015 г. | 2016 г. | Отклонение 2016 г. к 2015 г. (+,-) |
| 1.Выручка, тыс.руб. | N | 138188 | 118754 | -19434 |
| 2.Среднегодовая величина активов, тыс.руб. | Ва | 24812 | 26970 | 2158 |
| 3.Чистая прибыль, тыс.руб. | ПЧ | 5970 | 2658 | -3312 |
| 4.Коэффициент оборачиваемости активов | Коб= N/Ва | 5,5694 | 4,4032 | -1,1662 |
| 5.Рентабельность продаж, % | Rпр=ПЧ/ N | 4,3202 | 2,2382 | -2,082 |
| 6.Рентабельность совокупных активов, % | Rакт | 24,0609 | 9,8552 | -14,2057 |
| 7.Изменение рентабельности активов за счет: |  |  |  |  |
| а) рентабельности продаж | ΔRакт(ΔRпр) | х | х | -11,5955 |
| б) коэффициента оборачиваемости активов | ΔRакт(ΔКоб) | х | х | -2,6102 |

Факторная модель:

Rакт = 

ΔRакт(ΔRпр) = ΔRпр \* Коб0 = (-2,082) \* 5,5694 = -11,5955 п.п.

ΔRакт(ΔКоб) = Rпр1 \* Δ Коб = 2,2382 \* (-1,1662) = -2,6102 п.п.

Итого влияние факторов: ΔRакт(ΔRпр) + ΔRакт(ΔКоб) = +31,031 – 6,349 = 24,672 п.п.

Рентабельность совокупных активов ООО «Кондитерская фабрика» уменьшилась на 14,2057 п.п., в том числе за счет снижения рентабельности продаж она снизилась на 11,5955 п.п. За счет замедления оборачиваемости активов она уменьшилась на 2,6102 п.п.

## 2.3 Анализ финансового состояния

Проведем анализ финансовых результатов от продажи продукции.

Доходы ООО «Кондитерская фабрика» состоят из доходов от обычных видов деятельности и прочих доходов. Соответственно и расходы ООО «Кондитерская фабрика» также состоят из расходов по обычным видам деятельности и прочим расходам. Состав и структура доходов и расходов ООО «Кондитерская фабрика» представлены в таблице 20.

Таблица 20 – Динамика, состав и структура доходов и расходов ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Состав доходов и расходов, тыс.руб. | | | | Структура доходов и расходов, % | | | |
| 2014г. | 2015г. | 2016г. | Откл.  (+,-) | 2014г. | 2015г. | 2016г. | Откл. (+,-) |
| 1.Выручка | 127644 | 138188 | 118754 | -8890 | 99,47 | 99,34 | 98,82 | -0,65 |
| 2.Проценты к получению | 39 | 254 | 674 | 635 | 0,03 | 0,18 | 0,56 | 0,53 |
| 3.Прочие доходы | 640 | 666 | 749 | 109 | 0,5 | 0,48 | 0,62 | 0,12 |
| **4.Доходы – всего** | **128323** | **139108** | **120177** | **-8146** | **100** | **100** | **100** | х |
| 5.Себестоимость | 101079 | 110843 | 98891 | -2188 | 82,98 | 83,25 | 84,15 | 1,17 |
| 6.Коммерческие  расходы | 2879 | 3097 | 2658 | -221 | 2,36 | 2,33 | 2,26 | -0,1 |
| 7.Управленческие расходы | 13605 | 14966 | 14252 | 647 | 11,17 | 11,24 | 12,13 | 0,96 |
| 7.Проценты к уплате | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 8.Прочие расходы | 2241 | 2331 | 902 | -1339 | 1,84 | 1,75 | 0,77 | -1,07 |
| 9.Налог на прибыль | 2010 | 1901 | 816 | -1194 | 1,65 | 1,43 | 0,69 | -0,96 |
| **10.Расходы - всего** | **121814** | **133138** | **117519** | **-4295** | **100** | **100** | **100** | **х** |
| 11.Коэффициент соотношения доходов и расходов | 1,05 | 1,04 | 1,02 | -0,03 | х | х | х | х |
| 12.Расходы в основной деятельности на 1 руб. выручки от продаж, руб. | 0,921 | 0,933 | 0,975 | 0,054 | х | х | х | х |
| 13.Доля в выручке от продаж, % |  |  |  |  |  |  |  |  |
| себестоимости | х | х | х | х | 79,19 | 80,21 | 83,27 | 4,08 |
| коммерческих расходов | х | х | х | х | 2,26 | 2,24 | 2,24 | -0,02 |
| управленческих расходов | х | х | х | х | 10,66 | 10,83 | 12 | 1,34 |
| общих расходов в основной деятельности (полной себестоимости) | х | х | х | х | 92,1 | 93,28 | 97,51 | 5,41 |

Доходы ООО «Кондитерская фабрика» в 2014г. на 99,47% сформированы за счет выручки от продаж, в 2016г. – на 98,82%. В структуре доходов произошли изменения в сторону снижения удельного веса выручки на 0,65 п.п., увеличения процентов к получению на 0,53 п.п. и увеличения удельного веса прочих доходов на 0,12 п.п. Таким образом, основной вклад в формирование доходов ООО «Кондитерская фабрика» вкладывает выручка.

Расходы ООО «Кондитерская фабрика» в 2016г. на 84,15% состоят из себестоимости, 2,26% - коммерческих расходов, 12,13% - управленческих расходов, 0,77% - прочие расходы, 0,69% - налог на прибыль. Структурные изменения произошли в сторону роста удельного веса себестоимости на 1,17 п.п., управленческих расходов на 0,96 п.п., снижения удельного веса 0,1 п.п., прочих расходов на 1,07 п.п., налога на прибыль на 0,96 п.п.

Коэффициент соотношения доходов и расходов на протяжении 2014-2016 г.г. больше единицы, т.е. доходы превышают расходы, результат финансово-хозяйственной деятельности – прибыль. При этом коэффициент соотношения доходов и расходов снизился на 0,03, что указывает на рост конечного финансового результата (чистой прибыли) ООО «Кондитерская фабрика».

Расходы основной деятельности на 1 рубль выручки от продаж растут, что свидетельствует о спаде рентабельности продукции. Доля расходов в выручке от продаж в 2016г. увеличилась на 5,41 п.п. по сравнению с 2014г.

В целом можно отметить, что прибыль от продаж ООО «Кондитерская фабрика» снизилась.

Более подробно анализ динамики прибыли от продаж представлен в таблице 21.

Таблица 21 - Анализ динамики прибыли от продаж ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014г. | | 2015г. | | 2016г. | | Изменение  2016г. к 2014г. | | 2016 г. к 2014 г., % |
| тыс.  руб. | % к итогу | тыс.  руб. | % к итогу | тыс.  руб. | % к итогу | тыс.  руб. | п.п. |
| Выручка | 127644 | 100 | 138188 | 100 | 118754 | 100 | -8890 | х | 93,04 |
| Себестоимость продаж | 101079 | 79,19 | 110843 | 80,21 | 98891 | 83,27 | -2188 | 4,08 | 97,84 |
| Валовая прибыль | 26565 | 20,81 | 27345 | 19,79 | 19863 | 16,73 | -6702 | -4,08 | 74,77 |
| Коммерческие расходы | 2879 | 2,26 | 3097 | 2,24 | 2658 | 2,24 | -221 | -0,02 | 92,32 |
| Управленческие расходы | 13605 | 10,66 | 14966 | 10,83 | 14252 | 12 | 647 | 1,34 | 104,76 |
| Прибыль от продаж | 10081 | 7,9 | 9282 | 6,72 | 2953 | 2,49 | -7128 | -5,41 | 29,29 |

Выручка снизилась на 6,96%. Доля себестоимости продаж в 2014 г. составила 79,19% выручки, в 2016 г. 83,27%. Доля себестоимости в выручке увеличилась на 4,08 п.п., что повлияло на снижение валовой прибыли. Доля коммерческих расходов снизилась на 0,02 п.п., доля управленческих расходов увеличилась на 1,34 п.п. За трехлетний период произошло существенное снижение показателя прибыли от продаж: на 70,71%.

С точки зрения бухгалтерского учёта конечный финансовый результат деятельности предприятия – это разность между доходами и расходами. Этот показатель - важнейший в деятельности предприятия и характеризует уровень его успеха или неуспеха.

Финансовый результат деятельности предприятия характеризуется суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние.

Прибыль от продаж зависит от четырех факторов первого уровня: объёма реализации услуг, их структуры, себестоимости и уровня средних цен и может быть представлена следующей моделью:

П=∑[QОБЩ \* УДi (Цi – Сi)],

где QОБЩ – объём реализации продукции ( работ , услуг);

УДi - структура i продукции (работ, услуг);

Цi – среднереализационная цена i продукции (работ, услуг);

Сi – себестоимость i – го вида продукции (работ, услуг).

Объём реализации продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. Увеличение объёма продаж рентабельной продукции приводит к увеличению прибыли. Если же продукция является убыточной, то при увеличении объёма реализации происходит уменьшение суммы прибыли.

Структура товарной продукции может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на сумму прибыли. При увеличении доли более рентабельных видов продукции в общем объёме ее реализации, сумма прибыли возрастет. И наоборот, при увеличении веса низкорентабельной или убыточной продукции общая сумма прибыли уменьшится.

Себестоимость продукции обратно пропорциональна прибыли: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли, и наоборот.

Изменение уровня среднереализационных цен прямо пропорционально прибыли: при увеличении уровня цен сумма прибыли возрастает, и наоборот.

Факторный анализ проведем за два года – отчётный 2015 год, базисный – 2016 год.

Исходные данные для анализа представлены в таблице 22.

Таблица 22 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукции / услуг | Количество,  тонн | | Структура, % | | Себестоимость 1 тонны, тыс.руб. | | Средняя цена 1 тонны продукции, тыс.руб. | |
| 2015г. | 2016г. | 2015г. | 2016г. | 2015г. | 2016г. | 2015г. | 2016г. |
| Печенье | 508 | 424 | 50,6481 | 50,059 | 128,91 | 140,72 | 140,84 | 144,69 |
| Вафли | 260 | 228 | 25,9222 | 26,9185 | 75,16 | 78,19 | 80,16 | 81,38 |
| Пастила | 144 | 121 | 14,3569 | 14,2857 | 151,4 | 157,64 | 154,38 | 159,96 |
| Ирис | 91 | 74 | 9,0728 | 8,7367 | 242,6 | 259,92 | 259 | 263,46 |
| Итого | 1003 | 847 | 100 | 100 | х | х | х | х |

Расчёт влияния этих факторов на сумму прибыли можно выполнить способом цепной подстановки, используя данные, приведенные в таблице 23.

Таблица 23 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от реализации продукции, тыс. руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателей | Прошлый год | Данные базового периода, пересчитанные на объём продаж отчётного периода | Отчётный год |
| Выручка от продажи продукции (В), тыс. руб. | ∑ (Q0 · Цi0)=  138 188,04 | ∑ (Q1 · Цi0)=  115 838,62 | ∑ (Q1·Цi1)  = 118 754,40 |
| Себестоимость проданной продукции (З), тыс. руб. | ∑ (Q0 · Сi0)=  = 128 906,08 | ∑ (Q1 · Сi0)  108 066,12 | ∑ (Q1 · Сi1) =  = 115 801,12 |
| Прибыль от продаж (П), тыс. руб. | П0  138 188,04-  -128 906,08 =  = 9 281,96 | П1,0  115 838,62– 108 066,12=  = 7 772,50 | П1  1 869 189,02–1 842 193,30=  = 2 953,28 |

Данные базового периода (выручка):

∑ (Q0 · Цi0)= 508\*140,84+260\*80,16+144\*154,38+91\*259 =

= 138 188,04 тыс.руб.

Данные базового периода, пересчитанные на объём продаж отчётного периода (выручка):

∑ (Q1 · Цi0) = 424\*140,84+228\*80,16+121\*154,38+74\*259 =

= 115 838,62 тыс.руб.

Данные отчётного периода, пересчитанные на объём продаж отчётного периода (выручка):

∑ (Q1 · Цi1)= 424\*144,69+228\*81,38+121\*159,96+74\*263,46 =

= 118 754,40 тыс.руб.

Данные базового периода (себестоимость):

∑ (Q0 · Сi0)= 508\*128,91+260\*75,16+144\*151,4+91\*242,6 =

= 128 906,08 тыс.руб.

Данные базового периода, пересчитанные на объём продаж отчётного периода (себестоимость):

∑ (Q1 · Сi0) = 424\*128,91+228\*75,16+121\*151,4+74\*242,6 =

= 108 066,12 тыс.руб.

Данные отчётного периода, пересчитанные на объём продаж отчётного периода (себестоимость):

∑ (Q1 · Сi1) = 424\*140,72+228\*78,19+121\*157,64+74\*259,92 =

= 115 801,12 тыс.руб.

Сначала необходимо найти сумму прибыли при фактическом объёме продаж и базовой величине остальных факторов. Для этого сначала рассчитывают индекс объёма реализации продукции, а затем корректируют базовую сумму прибыли на его уровень.

Индекс объёма продаж вычисляют путем сопоставления фактического объёма реализации с базовым в натуральном выражении.

На предприятии ООО «Кондитерская фабрика» его величина составляет:

Iрп = Q1 / Q0,

Iрп = 847 / 1003 = 0,84447.

Если бы величина остальных факторов не изменилась, то сумма прибыли должна была бы составить:

9 281,96 х 0,84447 = 7 838,34 тыс.руб.

Следующим этапом следует определить сумму прибыли при фактическом объёме и структуре реализованной продукции, но при базовом уровне себестоимости и цен. Для этого нужно из условной выручки вычесть условную сумму затрат:

∑ (Qi1 · Цi0) - ∑ (Qi1 · Сi0) = 115 838,62– 108 066,12 = 7 772,50 тыс.руб.

Также требуется подсчитать сколько прибыли предприятие могло бы получить при фактическом объёме реализации, структуре и ценах, но при базовом уровне себестоимости продукции. Для этого их фактической суммы выручки следует вычесть условную сумму затрат:

∑ (Q1 · Цi1) - ∑ (Q1 · Сi0) = 118 754,40– 108 066,12 = 10 688,28 тыс. руб.

Порядок расчёта данных показателей в систематизированном виде представлен в таблице 24.

Таблица 24 – Расчёт влияния факторов первого уровня на изменение суммы прибыли от реализации продукции в целом по предприятию

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели прибыли | Факторы | | | | Порядок расчёта | Прибыль, тыс. руб. |
| Объём продаж | Структура продаж | Цены | Себесто-имость |
| По | tо | tо | tо | tо | Во-Зо | 9 281,96 |
| Пусл1 | t1 | tо | tо | tо | По · Iрп | 7 838,34 |
| Пусл2 | t1 | t1 | tо | tо | Вусл-Зусл | 7 772,50 |
| Пусл3 | t1 | t1 | t1 | tо | В1-Зусл | 10 688,28 |
| П1 | t1 | t1 | t1 | t1 | В1-З1 | 2 953,28 |

По данным таблицы 24 можно установить, как изменилась сумма прибыли за счет каждого фактора. Изменение суммы прибыли за счет:

- Объёма продаж

ΔПQ = Пусл1 – П0 = 7 838,34 - 9 281,96= -1443,62 тыс. руб.

- Структуры продаж

ΔПстр = Пусл2 – Пусл1 = 7 772,50-7 838,34= -65,84 тыс. руб.

- Средних цен

ΔПц = Пусл3 – Пусл2 = 10 688,28-7 772,50= +2915,78 тыс. руб.

- Себестоимости продаж

ΔПс = П1 – Пусл3 = 2 953,28– 10 688,28= -7735 тыс. руб.

Итого: -1443,62-65,84+2915,78-7735 = - 6328,68 тыс. руб.

Результаты расчётов показывают, что снижение прибыли от продаж на 1443,62 тыс.руб. обусловлено снижением физических объёмов продаж.

Снижение прибыли от продаж на 65,84 тыс.руб. обусловлено изменением структуры продаж.

За счет роста среднереализационных цен на товары прибыль от продаж увеличилась на 2915,78 тыс.руб.

За счет роста себестоимости товаров прибыль от продаж снизилась на 7735 тыс.руб.

Совокупное влияние факторов привело к снижению прибыли от продаж на 6328,68 тыс.руб.

## 3. Разработка мероприятий по улучшению экономических результатов деятельности

## 3.1 Конкуренция на рынке продукции и особенности поведения покупателей кондитерских изделий

Кондитерский рынок – один из наиболее высококонкурентных. Это заставляет производителя находиться в постоянном поиске, разрабатывать новые рецептуры и совершенствовать старые. В течение последних лет уровень личного потребления кондитерских изделий в России приближается к максимальному. Следовательно, главным фактором, который влияет на поведение производителей кондитерских изделий в России, является постепенное насыщение рынка продукции из сахара.

Среди основных тенденций – постоянно меняющиеся вкусовые пристрастия потребителей, а также острая конкурентная борьба между производителями. В настоящее время производители удерживают объёмы производства за счет расширения ассортимента и введения новых видов продукции. Модное направление в кондитерском производстве -–здоровые и натуральные сладости, которые позиционируются в более высоких ценовых нишах, нежели все остальные. Поэтому в линейках большинства производителей появились подобные продукты.

Крупнейшими российскими производителями сахаристых кондитерских изделий, в соответствии с долями рынка в натуральном выражении, являются ООО «Марс» (Московская область), ОАО «Липецкая кондитерская фабрика «Рошен», ООО «Крафт Фудс Рус» (Санкт-Петербург), ООО «Кондитерское объединение «Россия» (Самарская область), ОАО «РотФронт» (Москва), ООО «Слявянка Плюс» (Белгородская область), ОАО «Кондитерский концерн «Бабаевский» (Москва) и ЗАО «Конти Рус» (Санкт-Петербург). На внутреннем рынке сахаристых изделий эти производители лидируют уже несколько лет подряд и в данное время занимают свыше 38% рынка. Возглавляют список крупнейших производителей на рынке шоколадных изделий следующие производители: Ferrero, Kraft Foods, Nestle, Mars, "Объединенные кондитеры" - на их долю приходится 66% розничных продаж [19].

Существуют различные факторы, влияющие на выбор покупателя и независимые от кондитерской компании. Чаще всего маркетологи не могут управлять этими факторами, но они должны их учитывать. Поэтому следует определить факторы актуализации влияния на мотивацию потребителей, то есть факторы воздействия, оказывающие влияние на рациональность потребительского выбора кондитерских изделий (рисунок 3).



Рисунок 3 – Ключевые факторы актуализации влияния на мотивацию потребителей кондитерских изделий

Каждый год появляются новые приоритеты потребителей кондитерской продукции, обусловливающие объективную необходимость развития инноваций на рынке изготовления и реализации кондитерских изделий. Эволюция развития приоритетов потребителей кондитерских изделий позволяет сформировать правильное понимание поведения потребителей, которое предоставляет такие возможности как:

– находить кондитерские изделия, пользующиеся наибольшим спросом; улучшать взаимоотношения с потенциальными потребителями;

– прогнозировать потребности потребителей;

– понимать, чем руководствуется потребитель, принимая решение о приобретении кондитерских изделий, выяснять источники информации, используемые при принятии решения о покупке;

– приобретать доверие потребителей за счет понимания их запросов;

– создавать систему обратной связи с потребителями кондитерских изделий налаживать эффективную работу с клиентами;

– устанавливать, кто и как влияет на выработку и принятие решения о приобретении кондитерских изделий, производить соответствующую стратегию маркетинговой коммуникации и конкретные элементы наиболее эффективного комплекса маркетинга [3].

Таким образом,на формирование покупательского поведения потребителей кондитерских изделий оказывают влияние такие средства маркетинговых коммуникаций как: реклама, пропаганда, стимулирование продаж и персональная продажа. Наряду с этим, эффективное воздействие на формирование покупательной способности потребителей осуществляет профессиональный выбор и удачное сочетание различных инструментов маркетинговых коммуникаций на российском рынке кондитерских изделий. Следует отметить также, что приоритеты потребителей постоянно меняются и требуют привлечения дополнительных инновационных решений в секторе влияния маркетинговых коммуникаций на покупательское поведение потребителей на кондитерские рынке [2].

Проанализируем ассортимент продукции, его качество и каналы товародвижения.

Ассортимент продукции ООО «Кондитерская фабрика» формируется на ос­новании непосредственного учёта потребительского спроса, с целью наиболее полного и комплексного его удовлетворения.

Основными методами управле­ния ассортиментом товаров являются следующие:

– ориентация предприятия на нужды покупателей;

– координация взаимосвязанных видов деятельности (исследование конъюнктуры рынка, обеспечение сбалансированности спроса и предложения, организация товародвижения);

– принятие решений относительно ассортимента продукции;

– контроль за поведением продукции на рынке (и конкурентоспособностью в целом), за его жизненным циклом;

– принятие решения об оставлении продукции в программе ассортимента или отказа от них;

– финансовое поддержание рационального ассортимента продукции [24].

Производственный ассортимент ООО «Кондитерская фабрика» включает в себя следующие наименования групп продукции: печенье, ирис, вафли, пастила.

Широта ассортимента продукции ООО «Кондитерская фабрика» представлена в таблице 25.

Таблица 25 - Широта ассортимента продукции ООО «Кондитерская фабрика» (количество видов продукции)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Группы продукции | | | | Итого |
| печенье | ирис | вафли | пастила |
| 2014 г. | 19 | 2 | 3 | 2 | 26 |
| 2015 г. | 21 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 2016 г. | 25 | 4 | 6 | 3 | 38 |

Как показывают данные таблицы 25, ассортимент продукции средний. Количество видов в каждой подгруппе увеличивается, то есть ассортимент растет.

Оценим качество продукции на примере печенья сахарного в соответствии с требованиями ГОСТ 24901-89 «Печенье. Общие технические условия».

По органолептическим показателям печенье должно соответствовать требованиям, указанным в таблице 26.

Таблица 26 – Оценка соответствия качества партии печенья сахарного ГОСТ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Характеристика и норма для печенья | Соответствует/ не соответствует |
| Форма | Правильная, соответствующая данному наименованию печенья, без вмятин, края печенья должны быть ровными или фигурными | Соответствует |
| Поверхность | Гладкая, с четким рисунком на лицевой стороне, не подгорелая, без вкраплений крошек | Соответствует |
| Цвет | Свойственный данному наименованию печенья, различных оттенков, равномерный. Допускается более темная окраска выступающих частей рельефного рисунка и краев печенья, а также нижней стороны печенья и темноокрашенные следы от сетки печей или трафаретов | Соответствует |
| Вкус и запах | Свойственные данному наименованию печенья, без посторонних запахов и привкуса | Соответствует |
| Вид в изломе | Пропеченное печенье с равномерной пористостью, без пустот и следов непромеса. | Соответствует |

Качество продукции высокое.

ООО «Кондитерская фабрика» использует форму сбыта – через собственную сбытовую систему (отдел сбыта).

Метод сбыта – косвенный сбыт через услуги различного рода посредников.

Для сбыта продукции предприятие вытраивает каналы сбыта. Канал сбыта представляет собой путь, по которому товары движутся от производителя ООО «Кондитерская фабрика» до потребителя.

Для сбыта продукции ООО «Кондитерская фабрика» использует только косвенные каналы, которые связывают производителя и потребителя через определённое число посредников. В зависимости от числа посредников в ООО «Кондитерская фабрика» можно выделить одноуровневые и двухуровневые каналы.

Схема распределения продукции ООО «Кондитерская фабрика» по каналам выглядит сле­дующим образом (рисунок 4).

Конечные потребители

Розничные торговые точки

Оптовый посредник ООО «КИО»

ООО «Кондитерская фабрика»

Конечные потребители

Сетевые магазины

ООО «Кондитерская фабрика»

Конечные потребители

Розничные торговые точки

ООО «Кондитерская фабрика»

Канал II уровня

Канал I уровня

Рисунок 4 – Схема распределения ООО «Кондитерская фабрика»

по каналам сбыта

Таким образом, ООО «Кондитерская фабрика» имеет следующие каналы сбыта продукции – оптовые базы, сетевые магазины, розничные торговые точки.

В таблице 27 представлена структура продаж по каналам сбыта.

Таблица 27 – Выручка от продаж продукции ООО «Кондитерская фабрика» по каналам сбыта

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Каналы | 2014 г. | | 2015 г. | | 2016 г. | | 2016г. к 2014г., % |
| Тыс. руб. | % | Тыс. руб. | % | Тыс. руб. | % |
| Оптовый посредник ООО «КИО» | 54828 | 42,95 | 43125 | 31,21 | 40154 | 33,81 | 73,24 |
| Сетевые магазины | 64705 | 50,70 | 72687 | 52,6 | 69980 | 58,93 | 108,15 |
| Розничные торговые точки | 8111 | 6,35 | 22376 | 16,19 | 8620 | 7,26 | 106,27 |
| Итого | 127644 | 100 | 138188 | 100 | 118754 | 100 | 93,04 |

Данные таблицы 27 показывают, что наибольшими темпами увеличивается сбыт через сетевые магазины (на 8,15%) и розничные торговые точки (на 6,27%). В структуре каналов сбыта преобладающим является сбыт сетевым магазинам – 58,93% продаж, доля этого канала по сравнению с 2014 г. увеличилась. Доля продаж через оптового посредника ООО «Кондитерские изделия оптом» снизилась с 42,95% в 2014 г. до 33,81% в 2016 г.

На рисунке 5 представлена структура продаж ООО «Кондитерская фабрика» по каналам сбыта.

Рисунок 5 – структура продаж ООО «Кондитерская фабрика» по каналам сбыта в 2015 г.

Сопоставим уровень доходности каналов сбыта, чтобы оценить, насколько предприятию выгодно развивать те или иные связи.

Рентабельность каналов сбыта представлена в таблице 28.

Таблица 28 – Рентабельность продаж по каналам сбыта за 2016 год, %

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Покупатели | Выручка от продаж | | Себестоимость продукции | | Прибыль от сбыта продукции | | Рентабель-ность канала сбыта, % |
| Тыс. руб. | % | Тыс.  руб. | % | Тыс. руб. | % |
| Оптовые базы | 40154 | 33,81 | 39536 | 34,14 | 618 | 20,93 | 1,54 |
| Сетевые магазины | 69980 | 58,93 | 68231 | 58,92 | 1749 | 59,23 | 2,5 |
| Розничные торговые точки | 8620 | 7,26 | 8034 | 6,94 | 586 | 19,84 | 6,8 |
| Итого | 118754 | 100 | 115801 | 100 | 2953 | 100 | 2,49 |

Расчёт представим на примере сбыта через оптовые базы.

Прибыль от сбыта: 40154 – 39536 = 618 тыс.руб.

Рентабельность канала сбыта: (618 / 40154) \* 100% = 1,54%.

Данные таблицы 28 показывают, что продажи через розничные магазины и сетевые магазины – самые прибыльные каналы (рентабельность продаж 6,8% и 2,5% соответственно). Продажи оптовым базам – самый низкорентабельный канал (рентабельность продаж 1,54%), поскольку при продаже крупным оптом наценка ООО «Кондитерская фабрика» минимальна.

## 3.2 Анализ системы реализации продукции и выработка предложений

По результатам проведенного во второй главе выпускной квалификационной работы анализа результатов производственно-хозяйственной деятельности организации и в соответствии с выбранной стратегией развития можно сделать вывод о том, что для ООО «Кондитерская фабрика» наиболее актуальной составной частью программы повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности является рост объёмов продаж продукции.

Кондитерская промышленность является одной из важнейших отраслей экономики страны, которая призвана обеспечить устойчивое снабжение населения высококачественными продуктами питания в объёмах и ассортименте, необходимых для формирования правильного рациона питания. Кондитерская отрасль на сегодняшний день включает примерно 1500 фирм, которые находятся практически во всех регионах Российской Федерации. Общая среднегодовая производственная мощность на начало 2016 г. составила 4,2 млн. т кондитерской продукции, при этом почти 40% мощностей сконцентрировано в Центральном федеральном округе [4].

Продукция российских предприятий кондитерской промышленности является одной из важнейших составляющих питания населения. Эффективность функционирования предприятий данной отрасли напрямую зависит от рациональной деятельности, которая осуществляется в условиях растущей конкуренции на кондитерском рынке. Объём рынка кондитерских изделий в России (рисунок 6) показывает довольно стабильную динамику роста, за исключением посткризисных 2009–2010 гг. За последние 10 лет рост объёма рынка кондитерских изделий составляет около 12,7%.



Рисунок 6 – Суммарный объём рынка кондитерских изделий, тыс.тн

Далее рассмотрим среднедушевое потребление кондитерских изделий на человека в России (рисунок 7).



Рисунок 7 – Среднедушевое потребление кондитерских изделий в России

Рост рынка кондитерских изделий в России обусловливается ростом среднедушевого потребления. За последние 9 лет данный показатель увеличился на 3 кг/чел. в год. Рост потребления дает право сделать заключение о том, что потребительский спрос в России позволяет увеличивать производство. Российские кондитерские предприятия производят изделия как для внутреннего потребления, так и на экспорт. Импорт кондитерских изделий не составляет большое значение и примерно равен 9% от всего количества кондитерских изделий на рынке. На экспорт идет чуть более 10% от всего количества произведенных кондитерских изделий.

Российский рынок кондитерских изделий делится на две группы: мучные и сахаристые изделия (рисунок 8).

Рынок кондитерских изделий

Мучные кондитерские изделия

Сахаристые кондитерские изделия

Недлительного хранения: пирожные, торты

Длительного хранения: печенье, вафли, пряники

Карамель, драже, конфеты, шоколад, ирис, мармелад, зефир, халва, восточные сладости

Рисунок 8 – Группы кондитерских изделий

Наиболее популярными видами продукции на рынке кондитерских изделий являются конфеты. Более 50% объёма кондитерского рынка приходится на сегменты печенья, конфет, шоколада и изделий из шоколада.

На сезонность производства шоколадных изделий большое влияние оказывает потребительский спрос: цикл изготовления шоколада должен соответствовать сезонному потреблению данной продукции. Наиболее часто шоколадная продукция покупается в преддверье праздников, в том числе в качестве дополнения к подарку. В итоге, наибольший спрос на шоколадные изделия приходится на декабрь, январь и март.

В структуре производства кондитерских изделий можно выделить несколько подгрупп, самой многочисленной их которых является шоколад и изделия, содержащие какао, в упакованном виде. Данная подгруппа включает в себя такие изделия, как шоколадные плитки и батончики с начинкой, добавками и без них, шоколадные конфеты с алкоголем, различные шоколадные фигуры с начинкой, пасты на основе какао и другие изделия. Доля данной группы в 2016 г. составляла 58,6% в натуральном выражении.

Следующая по объёму группа в структуре российского производства сахаристых кондитерских изделий – кондитерские изделия сахаристые, не содержащие какао. Сюда входят белый шоколад, зефир, пастила, халва, карамель (в том числе и с шоколадной начинкой), ирис, лукум, марципан, драже, засахаренные сладости и прочие сахаристые кондитерские изделия, которые не содержат какао. Доля данной группы в 2016 г. составляла 30,8%.

Особенностями кондитерского рынка России являются:

– огромное количество видов и подвидов продукции;

– сложность масштабной логистики и далекой доставки;

– широкий выбор аутентичного, местного сырья для наполнителей (ягоды, фрукты, орехи);

– полная зависимость производителей от качества сырья поставщиков;

– превалирование малого бизнеса в сегменте свежей выпечки;

– плотная конкуренция в нише недорогих кондитерских товаров и низкая конкуренция в сегменте натуральных, высококачественных, дорогих изделий [21].

Лидерами по производству шоколада и сахаристых кондитерских изделий среди регионов являются Москва и Московская область, а также Липецкая, Белгородская, Владимирская и Ростовская области. На долю этих регионов приходится более половины всего шоколада и сахаристых изделий, произведенных в России.

Одним из крупных сегментов кондитерских изделий является группа сладкого печенья. Более 73% российского объёма производства сладкого печенья приходится на три федеральных округа: Приволжский, Центральный и Сибирский. Наибольшая доля в региональной структуре производства сладкого печенья приходится на Кировскую (7,3%), Челябинскую (6,2%), Кемеровскую (5,9%) и Пензенскую (5,5%) области [4].

Рассмотрим пути повышения эффективности функционирования предприятия.

Целью любого предприятия является получение прибыли. Чем выше прибыль предприятия, тем выше его рентабельность, а, следовательно, и эффективность деятельности.

Для оценки эффективности деятельности предприятия используется множество показателей. Среди них, такие как коэффициент ликвидности, коэффициент финансовой независимости, коэффициент задолженности, рентабельность продаж и другие. Каждый из этих показателей содержит в себе как доходы, так и расходы фирмы. Следовательно, очень важно выбрать тот путь развития, который позволит минимизировать затраты и максимизировать выручку, что подразумевает наращивание объёмов производства товаров.

Существует два возможных пути развития предприятия: интенсивный и экстенсивный. Эти методы имеют кардинальные отличия, но наиболее часто их используют совместно.

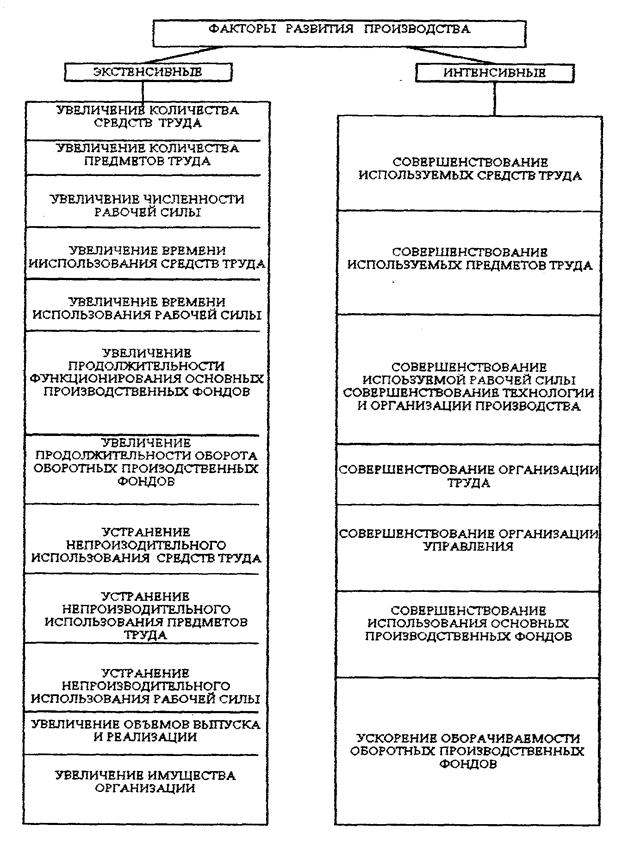


Рисунок 9 – Факторы развития производства

Экстенсивный путь развития подразумевает количественное увеличение факторов производства. В чистом виде используется крайне редко, так как требует больших капиталовложений [10].

Из рисунка 9 видно, что увеличение выпуска продукции происходит за счет роста затрат денежных средств и времени на расширение производства. Но достаточно сложно оценить будут ли эти затраты оправданы и эффективны.

Интенсивный путь развития заключается в более эффективном использовании уже имеющихся ресурсов.

Таким образом, можно говорить о том, что интенсивный путь гарантирует увеличение эффективности использования ресурсов. Производительность при этом увеличивается, материалоёмкость и трудоёмкость основного производства снижается, что приводит к росту прибыльности и рентабельности. Но интенсивный путь развития, как и экстенсивный, требует денежных затрат на совершенствование технологии и обучение персонала [13].

Иногда используются оба метода. Например, в ситуации, когда увеличивается численность рабочей силы и в то же время растет производительность труда, либо совершенствуются технологии.

Также необходимо учитывать специфику сферы функционирования предприятия, сбытовые рынки, экономическую ситуацию в государстве при выборе метода расширения выпуска продукции либо выборе соотношения при сочетании методов. Вследствие чего возникает необходимость планирования и прогнозирования результатов использования того или иного метода. Без эффективного планирования предприятие может столкнуться с ситуацией, когда выпущенная продукция не будет реализована. В данном случае можно провести дополнительную рекламную кампанию.

## 3.3 Обоснование эффективности предложений по улучшению экономических характеристик предприятия

Основным резервом роста прибыли и рентабельности ООО «Кондитерская фабрика» является рост объёмов продаж, в связи с чем рассмотрим такое мероприятие как организация собственной розничной торговой сети. В 2018 г. предлагается открыть один торговый павильон «Кондитерская лавка» в г. Слободском торговой площадью 40 кв.м. Для открытия павильона предлагается арендовать помещение в центре г. Слободского. Таким образом, в сбыте продукции ООО «Кондитерская фабрика» появится канал нулевого уровня, реализация будет осуществляться, в том числе и напрямую покупателю, минуя посредников, ожидается, что данные продажи будут более рентабельны.

Для открытия магазина «Кондитерская фабрика» необходимо осуществить следующие капитальные вложения (таблица 29).

Таблица 29 – Капитальные затраты на открытие магазина

|  |  |
| --- | --- |
| Капитальные затраты | Сумма, тыс.руб. |
| Текущий ремонт помещения | 300,0 |
| Коммуникации | 200,0 |
| Торговое оборудование | 400,0 |
| Итого | 900,0 |

Источник финансирования капитальных вложений – собственные средства ООО «Кондитерская фабрика».

Для работы розничного магазина потребуется штат сотрудников (таблица 30).

Таблица 30 – Штат сотрудников магазина «Кондитерская лавка»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Должность | Количество | Оклад, тыс.руб. | Годовой фонд оплаты труда тыс.руб. |
| Заведующая магазином | 1 | 15,5 | 186 |
| Продавец - кассир | 2 | 13,5 | 324 |
| Уборщица | 1 | 7,5 | 90 |
| Итого | 4 | х | 600 |

Определим издержки обращения.

Стоимость аренды помещения в месяц включая коммунальные услуги составляет 20 тыс.руб., в год 240 тыс.руб.

Годовой фонд оплаты труда работников магазина составит 600 тыс.руб.

Сумма страховых взносов (страховой тариф 30%):

600 \* 0,3 = 180 тыс.руб.

Определим сумму амортизационных отчислений по торговому оборудованию. Срок полезного использования оборудования составляет 5 лет. Годовая сумма амортизационных отчислений: 400 / 5 = 80 тыс.руб.

Сумма затрат на рекламу в среднем в месяц составит 2 тыс.руб., в год 24 тыс.руб.

Прочие затраты, включающие в себя услуги связи, банковское обслуживание, транспортные расходы составят в среднем 10000 руб. в месяц., в год 120 тыс.руб.

Представим расчёт затрат в таблице 31.

Таблица 31 – Расчёт годовых затрат на текущую торговую деятельность торгового павильона «Кондитерская фабрика»

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Сумма, тыс.руб. |
| Аренда помещения | 240 |
| Затраты на оплату труда | 600 |
| Страховые взносы | 180 |
| Амортизация | 80 |
| Затраты на рекламу | 24 |
| Прочие затраты | 120 |
| Итого издержки обращения | 1244 |

Общие затраты на текущую торговую деятельность планируемого магазина ООО «Кондитерская фабрика» составят 1244 тыс.руб. в год.

Далее определим возможный прирост выручки от реализации данного мероприятия.

Средняя проходимость магазина в день составляет 250 чел. В среднем один покупатель приобретает кондитерскую продукцию на сумму 100 руб. Ориентировочно среднедневная выручка магазина составит 25 тыс.руб. Планируемая выручка в год составит 9100 тыс.руб.

Далее оценим, как повлияют результаты мероприятия на общие финансовые результаты деятельности ООО «Кондитерская фабрика».

Прогнозируемые показатели деятельности ООО «Кондитерская фабрика» без учёта и с учётом результатов мероприятий представлены в таблице 32.

Таблица 32 – Фактические и прогнозные показатели деятельности ООО «Кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2016 г. | 2017 г. план | 2018 г.  (прогноз) | 2018 г.  (прогноз с учётом мероприятия) | Откло-  нение |
| Выручка, тыс.руб. | 118754 | 112816 | 107175 | 116275 | 9100 |
| Себестоимость продаж, тыс.руб. | 98891 | 93946 | 89249 | 95244 | 5995 |
| Валовая прибыль, тыс.руб. | 19863 | 18870 | 17926 | 21031 | 3105 |
| Коммерческие расходы, тыс.руб. | 2658 | 2550 | 2130 | 3374 | 1244 |
| Управленческие расходы, тыс.руб. | 14252 | 14360 | 14600 | 14600 | 0 |
| Прибыль от продаж, тыс.руб. | 2953 | 1960 | 1196 | 3057 | 1861 |
| Рентабельность продаж (по прибыли от продаж), % | 2,49 | 1,74 | 1,12 | 2,63 | 1,51 |
| Рентабельность затрат (по прибыли от продаж), % | 2,55 | 1,77 | 1,13 | 2,7 | 1,57 |

Таким образом, реализация мероприятия по повышению прибыли и рентабельности деятельности ООО «Кондитерская фабрика» экономически обоснована. Прогнозируемый прирост выручки составит 9100 тыс.руб., прибыли от продаж 1861 тыс.руб. Ожидается рост рентабельности продаж и рентабельности затрат на по сравнению с прогнозным значением на 2018 г. без учёта мероприятий.

Успешная реализация мероприятия позволит предприятию значительно повысить финансовые результаты деятельности и укрепить свои позиции на рынке.

## Заключение

По результатам исследования можно сформулировать следующие выводы.

Условия рыночной экономики требуют от предприятий повышения эффективности, конкурентоспособности на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления, активизации предприимчивости, инициативы. Их благополучие и коммерческий успех всецело зависят от степени эффективности их деятельности.

Целью выпускной квалификационной работы явилось изучение экономической оценки деятельности предприятия и выработка теоретических и практических рекомендаций по повышению экономической эффективности деятельности предприятия.

По итогам проведенного экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «Кондитерская фабрика» за период 2014-2016 г.г. можно сделать следующие выводы.

Выручка от продаж сократилась в 2016 г. по сравнению с 2014 г. на 6,96% в текущей оценке и на 21,82% в сопоставимой оценке. Это обусловлено снижением объёмов реализации продукции.

ООО «Кондитерская фабрика» в отчётном периоде сократило масштабы деятельности.

Динамика показателей рентабельности (рассчитанные по чистой прибыли) свидетельствует о снижении эффективности деятельности и использования финансовых ресурсов ООО «Кондитерская фабрика» за трехлетний период.

Эффективность использования всех видов ресурсов снизилась.

Оценка финансовых показателей предприятия позволила сделать вывод, что ООО «Кондитерская фабрика» финансово устойчиво, платежеспособно.

По результатам анализа финансовых результатов можно сделать следующие выводы.

Коэффициент соотношения доходов и расходов на протяжении 2014-2016 г.г. больше единицы, т.е. доходы превышают расходы, результат финансово-хозяйственной деятельности – прибыль. При этом коэффициент соотношения доходов и расходов снизился на 0,03, что указывает на рост конечного финансового результата (чистой прибыли) ООО «Кондитерская фабрика».

Результаты факторного анализа прибыли от продаж показали, что снижение прибыли от продаж на 65,84 тыс.руб. обусловлено изменением структуры продаж. За счет роста среднереализационных цен на товары прибыль от продаж увеличилась на 2915,78 тыс.руб. За счет роста себестоимости товаров прибыль от продаж снизилась на 7735 тыс.руб. Совокупное влияние факторов привело к снижению прибыли от продаж на 6328,68 тыс.руб.

Снижение чистой прибыли на 4397 тыс.руб. обусловлено снижением прибыли до налогообложения. За счет снижения текущего налога на прибыль чистая прибыль увеличилась на 1085 тыс.руб. За счет влияния всех факторов чистая прибыль снизилась на 3312 тыс.руб.

Эффективность деятельности и использования активов и капитала ООО «Кондитерская фабрика» в 2016 г. существенно ниже, чем в 2014 г.

В выпускной квалификационной работе предложено следующее мероприятие по повышению резерва роста прибыли и эффективности сбытовой деятельности - организация собственной мелкорозничной торговой сети.

Реализация мероприятия по повышению эффективности сбытовой деятельности ООО «Кондитерская фабрика» экономически обоснована. Прогнозируемый прирост выручки составит 9100 тыс.руб., прибыли от продаж 1861 тыс.руб. Ожидается рост рентабельности продаж.

## Список использованных источников

1. Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

2. Айрапетов, О.В. Проблемы организации и планирования сбытовой деятельности предприятия [Текст] / О.В.Айрапетов // Современные проблемы науки и образования, 2013. - №5. – с.13-19.

3. Арсенизде, Н.А. Оценка значимости критериев, влияющих на эффективность каналов сбыта [Текст] / Н.А. Арсенидзе // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права, – 2014. – № 1.

4. Ашалян, Л.Н. Стратегический анализ состояния рынка кондитерских изделий [Текст] / Л.Н.Ашалян, Р.С.Зебелян // Управленческое консультирование, 2016. - №6(90). – с.81-89.

5. Барекова, Л.А. Методы и методики анализа и оценки результативности текущей производственно-экономической деятельности [Текст]: Сборник / Барекова Л.А. // Стратегическое планирование развития территорий, 2014. - С. 284-291.

6. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: Учеб. пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 367 с.

7. Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование [Текст]: Учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. - 2-e изд., стер. - (Для бакалавров). – М.: КноРус, 2014. – 232 с.

8. Быстров, С.А. Экономика и организация бизнеса [Текст]: Учебное пособие / С.А. Быстров. – М.: Форум, 2013. – 464 с.

9. Васильцова, В.М., Медведев, Д.А. Стратегия развития промышленных предприятий [Текст] / В.М.Васильцова // Вестник образования и развития науки Российской академии естественных наук. – 2014. – № 2. – С. 73-74.

10. Веретенникова, И.И. Экономика организаций (предприятий) [Текст]: Учебник / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова; Под ред. И.В. Сергеев. - М.: ТК Велби, 2014. – 560 с.

11. Гиляровская, Л.Т. Экономический анализ [Текст]: Учебник для вузов / Л.Т.Гиляровская. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 615с.

12. Герасимова, В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия [Текст]: Учебное пособие / В.Д. Герасимова. – М.: КноРус, 2015. – 360 с.

13. Дахдуева, К.Д. Проблемы и особенности разграничения экстенсивного и интенсивного путей развития производственного предприятия [Текст] / К.Д.Дахдуева // Транспортное дело России. – 2015. – № 3. – С. 101-102.

14. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент [Текст]: Теория и практика / В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2014. – 1104 с.

15. Курочкин, В.Н., Чекарь, В.Н. Стратегическое управление эффективностью хозяйственной деятельности организации [Текст] / В.Н.Курочкин, В.Н.Чекарь // Теория и практика современной науки. – 2016. – № 9 (15). – С. 232-236.

16. Макарьева В.И., Андреева Л.В. Анализ финансово-хозяйственной дея-тельности предприятия / Учебное пособие М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 359 c.

17. Медведева О. В., Шпилевская Е. В., Немова А. В. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия; - Л., 2017. - 545 c.

18. Никулина, Е.Г. Специфика вертикального и горизонтального анализа оборотных активов на примере производственной организации [Текст]: / Сборник // Актуальные проблемы бухгалтерского учета, анализа и аудита; Под ред. Бессонова Е.А. - М.: ТК Велби, 2013. - С. 271-276.

19. Оноприйчук, Б.С. Экономические аспекты диверсификации предприятий кондитерской промышленности [Текст] / Б.С.Оноприйчук // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. –2014. – № 2. – С. 115-117.

20. Оськина, Ю.Н. Обзор методик анализа финансовых результатов [Текст] / Ю.Н.Оськина, Е.А.Баева // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. - №4(50). – с.126-129.

21. Печеная, Л.Т., Пати, М.О. Кондитерская промышленность России: современное состояние и стратегии развития [Текст] / Л.Т.Печеная, М.О. Пати // Хранение и переработка сельхозсырья. – 2015. – № 12. –- С. 11-14.

22. Романенко, И.В. Экономика предприятия [Текст]: Учебник / И.В.Романенко. - М.: Финансы и статистика, 2014. – 208 с.

23. Сажина М.А. Экономическая теория: Учеб. для вузов. - М.: Норма, 2013. - 672 с.

24. Самылин, А.И. Финансовый менеджмент [Текст]: Учебник / А.И. Самылин. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 413 с.

25. Смирнова Н., Николаев Ю. Методы экономической оценки в управлении предприятием и предпринимательской деятельностью / Смирнова Н., Николаев Ю. // Предпринимательство, 2013. - № 7. - С. 31-35.

26. Чуев, И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: Учебник для вузов / И.Н.Чуев. - 3-е изд., перер. и доп. – М.: ИТК Дашков и К, 2014. – 384 с.

27. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. Учебное пособие / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. - М.: финансы и статистика, 2014. – 264 c.

28. Экономика предприятия [Текст]: Учебник для вузов / Под. ред. В.Я. Горфинкеля. - М.: ЮНИТИ, 2014. – 620 с.

29. Экономика предприятия (фирмы). Экономика предприятия (фирмы) [Текст]: Практикум / Л.П. Афанасьева, Г.И. Болкина, О.Ф. Быстров; Под ред. В.Я. Поздняков, В.М. Прудников. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 319 с.

30. Кондитерская компания «Дымка» [Электронный ресурс]: – Режим доступа:

https://productcenter.ru/producers/6032/konditierskaia-kompaniia-dymka

31. Годовая отчетность ООО «Кондитерская фабрика» за 2014-2016 гг.

## Приложения