

Содержание

| | |
|---|----|
| Введение..... | 3 |
| 1 Теоретические основы повышения рентабельности..... | 5 |
| 1.1 Экономическая сущность понятия рентабельность..... | 5 |
| 1.2 Основные показатели оценки рентабельности..... | 10 |
| 1.3 Проблема повышения рентабельности..... | 20 |
| 2 Анализ рентабельности на примере ОАО «Могилёвская фабрика мороженого»..... | 23 |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия..... | 23 |
| 2.2 Анализ рентабельности деятельности предприятия..... | 26 |
| 3 Пути повышения рентабельности деятельности предприятия..... | 32 |
| Заключение..... | 36 |
| Список использованных источников..... | 39 |
| Приложение А. Отчёт о прибылях и убытках..... | 40 |

Введение

Глубокая экономическая реформа, осуществляемая в последнее десятилетие, направлена на динамическое развитие народного хозяйства, его отдельных отраслей и сфер посредством многоукладности и свободного предпринимательства. В этой связи особо значимым является ориентация хозяйствующих субъектов на максимально рациональные методы организации производства и возрастание его экономической эффективности. Решение всех вышеперечисленных задач, в нашем представлении, в значительной степени зависит от познания такой экономической категории как рентабельность, ее сущности, механизма действия и последующего использования ее в хозяйственной деятельности. Рентабельность занимает важное место в системе экономических категорий.

Являясь важнейшим обобщающим показателем экономической эффективности деятельности предприятия, рентабельность означает доходность, прибыльность предприятия. Показатели рентабельности отражают факторную среду формирования прибыли предприятий, применяются при анализе эффективности управления предприятием, при определении долгосрочного благополучия организации, используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования. На основе анализа средних уровней рентабельности можно определить, какие виды продукции и какие хозяйственные подразделения обеспечивают большую доходность. Это становится особенно важным в современных, рыночных условиях, где финансовая устойчивость предприятия зависит от специализации и концентрации производства.

Поэтому вопрос формирования и увеличения показателя рентабельности – чрезвычайно актуален, что и послужило основанием выбора темы исследования

Целью курсовой работы явилась разработка и обоснование мероприятий по повышению рентабельности на основе теоретического материала и анализа деятельности конкретного предприятия.

Для достижения поставленной цели в работе были решены следующие задачи:

- дано определение понятия рентабельности, раскрыто его значение для финансового анализа и охарактеризованы основные области его применения;
- рассмотрена система показателей рентабельности в соответствии с их классификацией на показатели рентабельности хозяйственной деятельности, финансовой рентабельности и показатели рентабельности продукции;
- проведен анализ деятельности предприятия;
- проанализированы показатели рентабельности на конкретном предприятии;
- выявлены факторы, влияющие на изменение рентабельности во временной динамике;

- намечены резервы повышения рентабельности;
- сформулированы и обоснованы основные, возможные пути увеличения рентабельности.

При написании курсовой работы использовались различные нормативные документы, а также литературные источники, приведенные в списке литературы, анализ и расчеты производились на основе объективных данных работы ОАО «Могилёвская фабрика мороженого».

1 Теоретические основы повышения рентабельности

1.1 Экономическая сущность понятия рентабельность

Промышленное производство основано на взаимодействии трех основных факторов: основного капитала, оборотного капитала и рабочей силы. Использование основного и оборотного капитала работниками обеспечивает выпуск продукции. Сопоставление конечного результата хозяйственной деятельности предприятия с затратами живого и овеществленного труда на его достижение характеризует эффективность производства. Эффективность производства относится к числу ключевых категорий рыночной экономики, которая непосредственно связана с достижением конечной цели общественного производства в целом и каждого предприятия в отдельности. В общем виде экономическая эффективность производства представляет собой количественно соотношение двух величин: результатов хозяйственной деятельности и производственных затрат. Эффективность производства характеризует и его результативность. Определение эффективности производства начинается с установления критериев эффективности – главного признака оценки эффективности, раскрывающего его сущность. В качестве исходных количественных критериев эффективности деятельности предприятия выступают следующие показатели.

- годовая норма прибыли,
- чистая текущая стоимость,
- период возврата капитальных вложений,
- точка (норма) безубыточности,
- фондоотдача,
- фондоемкость,
- производительность труда,
- рентабельность.

Таким образом, результативность функционирования коммерческой организации чаще всего оценивается показателями прибыли и рентабельности, они наиболее часто из всех вышеперечисленных применяются при оценке экономической эффективности, которые в свою очередь зависят от организации производственного процесса, его ритмичности, эффективности использования отдельных видов имущественного потенциала, т. е. динамики финансово-хозяйственной деятельности. Экономический потенциал, которым располагает предприятие, используется им для решения поставленных задач, в число которых входит обеспечение стабильно прибыльной работы. Контроль, анализ и постоянное совершенствование факторов прибыли и рентабельности представляю, поэтому один из наиболее важных и востребованных разделов работы. Динамичность и результативность деятельности могут оцениваться с различной степенью детализации в зависимости, в частности, от доступной информационной базы[7].

Для оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия недостаточно только определить абсолютные показатели, такие

как прибыль. Прибыль является итоговым экономическим показателем деятельности предприятия, свидетельствующим об эффективности, однако не позволяющим определить степень эффективности, т. е. насколько предприятие эффективно. Прибыль не позволяет соизмерить финансовый результат с издержками на его достижение. Для более объективной оценки должны быть задействованы относительные характеристики финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Таким показателем является рентабельность.

Рассмотрим возникновение понятия рентабельность. Как правило, используются понятия «доходность», «прибыльность», «эффективность», которые зачастую отождествляются. Рентабельность - понятие производное от немецкого «RENTABEL», что переводится как «рентабельный, доходный, прибыльный, выгодный, самокупающийся» (словарь немецко-русского языка). Или от слова «рента», что в буквальном смысле означает доход. Рентабельность показатель экономической эффективности производства на предприятиях. Комплексно отражает использование материальных, трудовых и денежных ресурсов. Рентабельным считается предприятие, которое приносит прибыль.

Можно привести еще одно понятие рентабельности: рентабельность – показатель, представляющий собой отношение прибыли к сумме затрат на производство, денежным вложениям в организацию коммерческих операций или сумме имущества фирмы используемого для организации своей деятельности.

Экономический эффект деятельности хозяйствующего субъекта выражается абсолютным показателем прибыли. Экономический эффект – показатель, характеризующий результат деятельности. Это абсолютный объемный показатель, измеряемый в денежной оценке; его можно суммировать в пространстве и времени (не учитывая временной стоимости денег). В ряде случаев по показателям прибыли нельзя сделать обоснованные выводы об уровне рентабельности. Поэтому используют коэффициенты эффективности (рентабельности), рассчитываемые как отношение полученного дохода (прибыли) к некоторому базовому показателю.

Экономическая эффективность работы организации характеризуется относительными показателями — системой показателей рентабельности, или прибыльности (доходности) организации. В общем случае результативность, экономическая целесообразность и эффективность функционирования коммерческой организации измеряются абсолютными и относительными показателями. Различают показатели экономического эффекта и экономической эффективности[5].

Экономическая эффективность – относительный показатель, соизмеряющий полученный эффект с затратами и ресурсами, использованными для достижения этого эффекта. Значения этого показателя уже нельзя суммировать в пространстве и времени. Что касается единиц измерения показателей эффективности, то в зависимости от ситуации это могут быть доли единицы, проценты, рубли и др.

Показатель эффективности рассчитывается в общем случае по формуле:

$$\Pi_{\text{э}} = \frac{B_{\text{э}}}{B_p}, \quad (1.1.)$$

где $B_{\text{э}}$ – величина экономического эффекта;

B_p – величина ресурсов и затрат.

Коэффициенты рентабельности (доходности), с одной стороны, представляют собой частный случай показателей эффективности, когда в качестве показателя эффекта в числителе дроби берется прибыль, а в знаменателе – величина ресурсов и затрат. Однако на практике, анализ далеко не всегда выполняется в строгом соответствии с канонами теории, поэтому, с другой стороны, «рентабельность» понимается в более широком смысле, нежели «эффективность».

Расчет коэффициентов рентабельности, исходя из приведенного выше позволяет достаточно полно оценить эффективность деятельности предприятия. Так, рентабельность реализованной продукции показывает какую прибыль приносит предприятию рубль вложенных средств, но она не позволяет оценить эффективность использования предприятием его активов: основных и оборотных средств и его пассивов: собственных и заемных средств. Оценить эффективность использования основных и оборотных средств позволяет расчет коэффициента рентабельности активов, который показывает, сколько рублей прибыли приносит рубль всех вложенных в предприятие средств, но этот показатель не может дать ответ на сколько эффективно предприятие использует собственные и привлеченные источники финансирования. По этому для ответа на вопрос эффективно ли предприятие использует свои собственные средства, необходимо ли ему привлекать дополнительные займы и кредиты позволяет расчет коэффициента рентабельности собственных средств. Таким образом, расчет и сопоставление между собой коэффициентов этих трех групп позволит достаточно полно осветить эффективность основной деятельности предприятия, использования активов и пассивов, выявить сложившиеся тенденции, принять решения о необходимых мероприятиях по повышению рентабельности предприятия[2].

Однако характеристика рентабельности предприятия не будет объективной, если не рассматривать ее динамику, не сравнивать ее с аналогичными показателями предприятий-конкурентов и со средними по отрасли.

Показатели рентабельности измеряют прибыльность организации с различных позиций в соответствии с интересами участников функционирования предприятия. В зарубежной и отечественной литературе рассматривается широкий спектр показателей рентабельности, способ расчета которых различается в зависимости от поставленных аналитических и управленческих задач.

Итоги работы компании во внешней торговле подлежат оценке за любой отчетный период. В связи с этим по данным учета и отчетности исчисляется система различных количественных и качественных показателей, призванная дать всестороннюю оценку деятельности компании. Показатели эффективности дают ориентировочную оценку выгодности экспортных и импортных операций. Прежде всего, рассмотрим, что представляет собой рентабельность.

Разделяют рентабельность как общую – процентное отношение балансовой (общей) прибыли к среднегодовой суммарной стоимости производственных основных фондов и нормируемых оборотных средств; и рентабельность расчетную – отношение расчетной прибыли к среднегодовой стоимости тех производственных фондов, с которых взимается плата за фонды. Применяется также показатель уровня рентабельности к текущим затратам – отношение прибыли к себестоимости товарной или реализованной продукции

Каждое предприятие самостоятельно осуществляет свою производственную и хозяйственную деятельность на принципах самокупаемости и прибыльности. Предприятие имеет определенные расходы по изготовлению продукции и ее реализации. Эти расходы представляют издержки производства данного предприятия (себестоимость), или индивидуальные издержки[3]. Однако издержки отдельного продукта по предприятиям могут отклоняться от средних издержек по отрасли, которые принимаются за общественно необходимые затраты или стоимость, денежное выражение которых составляет цену продукта. Наличие индивидуальных издержек, порождает обособление другой части стоимости продукции – прибыль, а следовательно, и относительного ее измерения – рентабельности.

Однако абсолютная величина прибыли не дает представления об уровне и изменении эффективности производства или торговли. Сумма прибыли может увеличиваться, а эффективность производства может оставаться на прежнем уровне или даже снизиться. Это происходит в том случае, если прирост прибыли получен за счет экстенсивных (количественных) факторов производства – увеличения численности работников, роста парка оборудования и т.д. Если же при росте численности работников их производительность осталась прежней или снизилась, то эффективность производства соответственно не изменяется или даже снижается. Основными отличительными признаками рентабельности в системе торговых и производственных отношений являются следующие:

1. Отношение прибыли к издержкам производства, характеризующие уровень прибыльности текущих затрат (на приобретение сырья, материалов, топлива, на амортизацию средств труда, расходы по управлению и обслуживанию производства и заработной плате работников).

2. Отношение прибыли к среднегодовой стоимости производственных фондов, характеризующие относительный размер возрастания авансированных затрат и дающее оценку экономической эффективности производственных фондов.

Реальный смысл имеют признаки рентабельности, которые характеризуют эффективность затрат по прибыли, полученной после реализации.

Распределительная функция рентабельности конкретно проявляется в том, что ее величина является одним из основных критериев для распределения части прибавочного продукта – прибыли.

Выделяют также и ряд факторов, которые в итоге могут повлиять на конечные финансовые результаты и как следствие на рентабельность.

В течении производственного цикла на уровень рентабельности влияет ряд факторов, которые можно разделить на внешние – связаны с воздействием на деятельность предприятия рынка, государства, географического положения и внутренние: производственные и внепроизводственные. (см. рисунок 1) Выявление в процессе анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на рентабельность, дает возможность оценить степень влияния этих факторов на эффективность деятельности предприятия.

Рассмотрим сначала внутренние факторы, непосредственно связанные с деятельностью предприятия, которые оно может изменять и регулировать в зависимости от поставленных перед предприятием целей и задач, т.е. внутренние факторы, которые можно разделить на производственные, непосредственно связанные с основной деятельностью предприятия, и внепроизводственные факторы, непосредственно не связанные с производством продукции и с основной деятельностью предприятия[5].

Внепроизводственные факторы включают в себя снабженческо-сбытовую деятельность, т.е. своевременность и полноту выполнения поставщиками и покупателями обязательств перед предприятием, их удаленность от предприятия, стоимость транспортировки до места назначения и т.д.

Природоохранные мероприятия, которые необходимы для предприятий ряда отраслей, например, химической, машиностроительной и т.д. отраслей, и влекут за собой значительные издержки. Штрафы и санкции за несвоевременность или не точность выполнения каких-либо обязательств фирмы, например, штрафы в налоговые органы за несвоевременность расчетов с бюджетом. На финансовые результаты деятельности фирмы, а следовательно, и на рентабельность косвенно влияют и социальные условия труда и быта работников. Финансовая деятельность предприятия, т.е. управление собственным и заемным капиталом на предприятие, деятельность на рынке ценных бумаг, участие в других предприятиях и т.д.

Производственные факторы, из курса экономической теории известно, что процесс производства состоит из трех элементов: средства труда, предметы труда и трудовые ресурсы. В связи с этим, выделяют такие производственные факторы, как наличие и использование средств труда, предметов труда и трудовых ресурсов. Названные факторы являются основными факторами роста прибыли и рентабельности предприятия, именно с повышением эффективности их использования связываются процессы интенсификации производства.

Влияние производственных факторов на результат деятельности можно оценить с двух позиций: как экстенсивное и как интенсивное.

Экстенсивные факторы связаны с изменением количественных параметров элементов процесса производства, к ним относятся:

- изменение объема и времени работы средств труда, т.е., например, покупка дополнительных станков, машин и т.д., строительство новых цехов и помещений или увеличение времени работы оборудования для увеличения объема производимой продукции;
- изменение количества предметов труда, непроизводительное использование средств труда, т.е. увеличение запасов, большой удельный вес брака и отходов в объеме выпускаемой продукции;
- изменение численности рабочих, фонда рабочего времени, непроизводительные затраты живого труда (простои).

Количественное изменение производственных факторов всегда должно быть оправдано изменением объема выпускаемой продукции, т.е. предприятие должно следить за тем, чтобы не снижались темпы прироста прибыли относительно темпов прироста затрат.

Интенсивные производственные факторы связаны с повышением качества использования производственных факторов, к ним относятся:

- повышение качественных характеристик и производительности оборудования, т.е. своевременная замена оборудования на более современное с большей производительностью;
- использование прогрессивных материалов, совершенствование технологии обработки, ускорение оборачиваемости материалов;
- повышение квалификации рабочих, снижение трудоемкости продукции, совершенствование организации труда.

Кроме внутренних факторов на рентабельность предприятия оказывают косвенное воздействие и внешние факторы, которые не зависят от деятельности предприятия, но зачастую достаточно сильно влияют на результат его деятельности. К данной группе факторов относятся географическое положение предприятия, т.е. регион, в котором оно располагается, удаленность предприятия от сырьевых источников, от районных, республиканских центров, природные условия и т.д. Конкуренция и спрос на продукцию предприятия, т.е. наличие на рынке платежеспособного спроса на продукцию фирмы, присутствие на рынке фирм - конкурентов, производящих аналогичный по потребительским свойствам товар. Ситуация на смежных рынках, например, на финансовом, кредитном, рынке ценных бумаг, сырьевых рынках и т.д., т.к. изменение доходности на одном рынке, влечет за собой снижение доходности на другом, например, повышение доходности государственных ценных бумаг ведет к сокращению инвестиций в реальный сектор экономики. Государственное вмешательство в экономику, которое проявляется в изменение законодательных основ деятельности рынка, изменение налогового бремени на предприятия, изменение ставок рефинансирования и т.д.

Источниками для расчета коэффициентов рентабельности служат данные бухгалтерской и финансовой отчетности, внутренних регистров бухгалтерского учета на предприятии[8]. К сожалению публикуемая бухгалтерская и финансовая отчетность не позволяет точно оценить рентабельность предприятия, т.к. на основе ее нельзя определить структуру выпускаемой (реализуемой) продукции, ее себестоимость и цену реализации, структуру заемных средств и расходы, связанные с возвратом заемных средств по каждому кредиту и займу, состав и структуру основных фондов, величину их износа. Источник для расчета коэффициентов рентабельности служит бухгалтерский баланс (форма №1), отчет о прибылях и убытках (форма № 2), приложение к балансу (форма №5).

1.2 Основные показатели оценки рентабельности

Показатели рентабельности являются важными характеристиками факторной среды формирования прибыли предприятий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования

Для принятия управленческих решений обычно используется структурированная система показателей оценки рентабельности, ориентированная на определенную цель. Система показателей оценки рентабельности позволяет избежать опасности одностороннего и неполного отражения деятельности предприятия, поскольку отдельные показатели оценки рентабельности обладают ограниченной информационной ценностью, что может привести к неадекватной их интерпретации. Система показателей оценки рентабельности особенно важна в тех случаях, когда необходимо учесть несколько целей и установить взаимосвязи между элементами системы. При этом необходимо подчеркнуть, что неоправданно большое число показателей оценки рентабельности перегружает материалы аналитического исследования и, более того, уводит в сторону от цели анализа.

Состав системы показателей оценки рентабельности в определенной степени зависит от вида проводимого анализа. Принято выделять два вида финансового анализа: внутренний и внешний. Внешний финансовый анализ производится независимыми аналитиками и в основном базируется на общедоступной информации, поэтому он менее детализирован и более формализован. Информационная база внутреннего анализа гораздо шире, соответственно расширяются и возможности самого анализа.

Независимо от вида проводимого анализа система показателей не может быть раз и навсегда жестко заданной, более того, она должна постоянно корректироваться как по форме, так и по существу.

Показатель рентабельности отражает соотношение прибыли предприятия и факторов, которые являются, по сути, предпосылками ее возникновения. Бухгалтерская отчетность позволяет рассчитать большое количество показателей рентабельности, поэтому их необходимо систематизировать в

аналитические группы с целью упорядочения и обеспечения оптимальности при выполнении аналитических процедур[6].

Показатели оценки рентабельности классифицируются следующим образом:

1. Рентабельность продаж.

- рентабельность продаж (норма общей прибыльности);
- рентабельность продаж от вложенного капитала всех инвесторов;
- рентабельность заемного капитала предприятия.

2. Рентабельность деятельности

- рентабельность продаж при маржинальном подходе;
- рентабельность хозяйственных средств от деятельности предприятия;
- рентабельность экономического потенциала предприятия.

3. Рентабельность ресурсов

3.1. Рентабельность капитала

- рентабельность торговой деятельности предприятия;
- рентабельность инвестиционной деятельности предприятия;
- рентабельность финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- рентабельность основных средств предприятия;
- прибыльность 1 кв. м. площади;
- рентабельность оборотных средств предприятия;
- рентабельность средств на оплату труда различным группам работников предприятия.

3.2. Рентабельность других ресурсов.

- рентабельность активов;
- рентабельность инвестированного капитала;
- рентабельность расходов на оплату труда;
- прибыльность труда одного работника.

Показатели рентабельности измеряют прибыльность организации с различных позиций в соответствии с интересами участников функционирования предприятия. В литературе рассматривается широкий спектр показателей рентабельности, способ расчета которых различается в зависимости от поставленных аналитических и управленческих задач.

Рассмотрим предложенные показатели прибыли:

1. Прибыль от продаж

$$P_n = B - C - P_k - P_y, \quad (1.2)$$

где P_n - прибыль от продаж,

B - выручка (нетто) от реализованной продукции, товаров, услуг,

C - себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг,

P_k, P_y - соответственно коммерческие и управленческие расходы.

2. Прибыль до налогообложения

$$P_n = P_n + P_{кП} - P_{кУ} + ДУДО + ПОД - ПОР + ВД - ВР ,$$

(1.3)

где P_n - Прибыль до налогообложения,
 P_n - прибыль от продаж,
 $P_{кП}$ - проценты к получению,
 $P_{кУ}$ - проценты к уплате,
 $ДУДО$ - доходы от участия в других организациях,
 $ПОД$ - прочие операционные доходы,
 $ПОР$ - прочие операционные расходы,
 $ВД$ - внереализационные доходы,
 $ВР$ - внереализационные расходы.
 3. Чистая прибыль (нераспределенная)

$$P_ч = P_{од} + Чд - Чр$$

(1.4)

где $P_ч$ - чистая прибыль (нераспределенная),
 $P_{од}$ - прибыль от обычной деятельности,
 $Чд$ - чрезвычайные доходы,
 $Чр$ - чрезвычайные расходы.

Примечание: ячейки X означают применяемые в теории и практике способы расчета показателей рентабельности. Показатели рентабельности измеряют прибыльность с различных позиций. Общая формула расчета рентабельности:

$$P = \frac{П}{З} , \tag{1.5}$$

Таблица 1 -Алгоритмы расчета показателей рентабельности

| Показатель | Экономическое содержание | Формула расчета |
|--|--|--|
| Рентабельность производства (окупаемость затрат) | Отражает способность организации контролировать уровень затрат, а также эффективность политики ценообразования | Прибыль от реализации продукции, работ или услуг / Сумма затрат по реализованной или произведенной продукции *100% |
| Рентабельность продаж (оборота) | Характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности: сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж | Прибыль от реализованной продукции, работ или услуг / Выручка (нетто) от реализации продукции, работ или услуг *100% |
| Рентабельность активов | Характеризует величину прибыли, которую получает компания на единицу | Прибыль до налогообложения / Средняя |

| | | |
|--------------------------------------|--|---|
| | стоимости капитала (всех видов ресурсов организации в денежном выражении, независимо от источников их финансирования) | величина активов*100% |
| Рентабельность (доходность) капитала | Самый важный показатель для собственников компании, который во многом определяет стоимость компании на рынке и характеризует величину прибыли, которую получает предприятие на единицу стоимости капитала. | Чистая или балансовая прибыль отчетного периода / Средняя величина инвестированного капитала*100% |

Использование такого обширного состава показателей и их сочетание для расчета рентабельности в практической и аналитической работе является, с одной стороны, следствием сложности финансово-хозяйственной деятельности, а с другой стороны, затрудняет адекватную интерпретацию полученных результатов.

На практике выделилась следующая группа показателей рентабельности, рассчитываемых на базе финансовой отчетности.

Показатели рентабельности при необходимости могут быть рассчитаны как на начало, так и на конец периода. В таких случаях в показателях дроби показываются показатели соответственно на начало и на конец периода.

В зарубежной литературе, а в последнее время и в отечественной, используются показатели рентабельности, рассчитанные иными способами и используемые для решения специальных задач. К ним, в частности, относится так называемый коэффициент валовой прибыльности, определяемый отношением валовой прибыли или маржинального дохода (превышение объема реализованной продукции над переменными затратами) к объему реализованной продукции. Этот показатель используется при анализе безубыточности. При оценке эффективности и принятии долгосрочных инвестиционных решений используется показатель рентабельности, рассчитанный на основе чистого притока денежных средств[2].

Разложение прибыли организации и ее совокупного капитала на определенные различные составляющие (или их сочетания) и определения отношения между корреспондирующими показателями прибыли и капитала отражают частную рентабельность отдельных видов производственной, инвестиционной и финансовой деятельности организации, различных ресурсов и источников их финансирования.

Если принять во внимание, что целью управления является прибыль организации в целом, то в качестве финансово-экономических индикаторов необходимо и достаточно использовать следующие показатели рентабельности.

Наиболее общим показателем в группе индикаторов рентабельности капитала является рентабельность активов. Этот показатель называют также нормой прибыли.

Уровень и динамика показателя рентабельности активов является главным объектом внимания руководства компании, поскольку рентабельность совокупного капитал аккумулирует в себе структуру и движение всех видов

производственных и финансовых ресурсов организации, издержек производства и обращения, размеры, структуру и соответствие рыночному спросу выпускаемой продукции или выполняемых работ. Показатель рентабельности активов отражает достигнутый в компании баланс экономических интересов внутренних и внешних участников деятельности предприятия. Использование для расчета рентабельности активов чистой прибыли представляется неадекватным, так как активы должны генерировать прибыль, достаточную не только для решения внутренних задач, но и для выполнения обязательств организации перед государством.

В то же время показатель рентабельности активов, рассчитанный на основе прибыли, может быть использован дополнительно к основному, для оценки такого важного аспекта управленческой деятельности, как налоговая политика.

Показатель рентабельности собственного капитала важен для собственников (акционеров) компании, которые вкладывают в экономическую деятельность предприятия свои средства с целью получения прибыли на вложенный капитал.

Рентабельность собственного капитала сравнивается с возможностями получения дохода от вложения этих средств в альтернативные варианты деятельности, включая вложения в финансовые активы. В странах с развитой рыночной экономикой этот показатель служит важным критерием при оценке (котировке) акций на бирже.

Рассмотренные выше показатели рентабельности характеризуют вполне конкретные аспекты деятельности организации, в то же время они взаимосвязаны между собой, что отражает объективные связи между различными сторонами производственно-финансовых и управленческих процессов. Сбалансированность, а значит, и обоснованность управленческих решений во много зависят от степени и метода учета таких взаимосвязей. Конструирование и использование моделей, отражающих эти взаимосвязи, существенно повышает роль менеджмента в отдельных сферах производственно-финансовой деятельности и в целом компании.

Возможные сочетания прибыли с влияющими на нее факторами дают в итоге множество показателей рентабельности, различных не только по решаемым задачам и содержанию, но и по использованным при ее расчете показателям прибыли. В качестве последних в отечественной практике традиционно используются показатели балансовой прибыли, прибыли от реализации товаров и чистой прибыли. Выбор необходимых показателей рентабельности определяется тем, насколько они в совокупности представляют собой не просто набор, а систему, построенную на определенных принципах: отдельные показатели не дублируют друг друга, а взаимно дополняют. А для этого важно правильно оценить аналитические возможности каждого показателя рентабельности и определить его значение в системе[7].

Показатель рентабельности собственного капитала позволяет инвесторам оценивать потенциальный доход от вложения средств в акции и другие ценные

бумаги. На основе показателя можно определить период (число лет), в течение которого полностью окупаются средства, вложенные в торговое предприятие.

Наряду с показателями товарооборота, капитала, основных и оборотных средств для расчета уровня рентабельности (коэффициентов) применяются и другие показатели: издержки обращения, торговая площадь, численность персонала, каждый из которых подчеркивает определенный аспект результатов деятельности торгового предприятия.

$$U_p = \frac{\sum \Pi}{\sum Z}, \quad (1.6)$$

где U_p - уровень рентабельности,

$\sum \Pi$ - сумма прибыли от реализации товаров, работ или услуг,

$\sum Z$ - сумма издержек обращения.

Уровень рентабельности, исчисленный отношением суммы прибыли от реализации товаров к сумме издержек обращения, показывает эффективность текущих затрат. Увеличение или сокращение издержек обращения непосредственно влияет на уменьшение или рост прибыли. Этот показатель рентабельности определяет эффективность торговой сделки по товарам.

Рентабельность, рассчитанная по отношению к численности занятых на предприятии работников, характеризует эффективность использования рабочей силы и показывает размер полученной прибыли в расчете на одного работника (отношение балансовой прибыли к среднесписочной численности работников).

$$\Pi_{на\ 1\ кв.\ м} = \frac{\Pi_p}{S},$$

(1.7)

где $\Pi_{на\ 1\ кв.\ м}$ - прибыли в расчете на 1 кв. м. производственной площади,

Π_p - прибыли от реализации товаров, работ или услуг,

S - величине производственной площади предприятия.

Отношение прибыли от реализации товаров к величине производственной площади предприятия характеризует размер полученной прибыли в расчете на 1 кв. м. площади предприятия. Рациональное использование торговой площади позволит повысить размер прибыли.

Другим очень важным и актуальным на сегодняшний день является показатель рентабельности инвестиций. В настоящее время на вложении инвестиций зарабатываются огромные капиталы, и для правильной оценки выгодности предприятия, инвестирование которого предполагается, наиболее важным показателем является показатель рентабельности инвестиций.

$$P_u = \frac{P_c}{I},$$

(1.8)

где P_u - рентабельность инвестиций,

P_c - чистая прибыль,

I - инвестициям, осуществленным в предприятие.

Рентабельность инвестиций (Return on Investments, рентабельность инвестиций) рассчитывается как отношение чистой прибыли к инвестициям, осуществленным в предприятие (подразделение). При этом под инвестициями подразумеваются не только инвестированные денежные средства (как собственные, так и заемные), но и переданные подразделению активы (оборудование, технологии, товарные знаки).

Оценить эффективность работы компании на основании показателя рентабельности инвестиций можно, только если менеджмент располагает сопоставимыми данными по аналогичным компаниям или подразделениям холдинга.

Среди основных недостатков, связанных с расчетом рентабельности инвестиций, можно выделить возможность искажения этого показателя в результате отсрочки технического обслуживания, сокращения издержек на исследования и маркетинг. Другими словами, значение рентабельности инвестиций повысится, в то время как в целом ситуация в компании ухудшится. Необходимо отметить, что решения, принимаемые о покупке или продаже подразделений компании на основании показателя рентабельности инвестиций, не всегда будут оправданы.

Другим примером может быть ситуация, когда оценен показатель рентабельности инвестиций для научно-исследовательского подразделения компании. Как правило, такие подразделения убыточны, но требуют больших инвестиций, следовательно, значение рентабельности инвестиций будет низким, но это не означает, что компании следует продать данное подразделение.

Широкое использование математических методов является важным направлением совершенствования экономического анализа, повышает эффективность анализа деятельности предприятий и их подразделений. Это достигается за счет сокращения сроков проведения анализа, более полного охвата влияния факторов на результаты коммерческой деятельности, замены приближенных или упрощенных расчетов точными вычислениями, постановки и решения новых многомерных задач анализа, практически не выполнимых вручную или традиционными методами.

Экономический анализ – это, прежде всего факторный анализ (в широком смысле слова).

Под экономическим факторным анализом понимаются постепенный переход от исходной факторной системы (результативный показатель) к конечной факторной системе (или наоборот), раскрытие полного набора

прямых, количественно измеримых факторов, оказывающих влияние на изменение результативного показателя.

Основные задачи факторного анализа:

1. Отбор факторов для анализа исследуемых показателей.
2. Классификация и систематизация их с целью обеспечения системного подхода.
3. Моделирование взаимосвязей между результативными и факторными показателями.
4. Расчет влияния факторов и оценка роли каждого из них в изменении величины результативного показателя.
5. работа с факторной моделью (ее практическое использование для управления экономическими процессами).

Определение величины влияния отдельных факторов на прирост результативных показателей является одной из методологических задач анализа хозяйственной деятельности предприятия. В экономическом анализе для этого используются следующие способы: цепной подстановки, абсолютных разниц, относительных разниц, пропорционального деления, интегральный, логарифмирования, балансовый и др.

Рассмотрим применение факторного анализа для расчета изменения рентабельности на примере показателя рентабельности производственной деятельности.

Уровень рентабельности производственной деятельности (окупаемость затрат), счисленный в целом по предприятию, зависит от трех основных факторов: изменение структуры реализованной продукции, ее себестоимости и средних цен реализации.

Факторная модель этого показателя имеет вид:

$$P = \frac{\Pi_{pn} f(ОРП_{общ}, Уд, Ц, С)}{З_{пл} f(ОРП_{общ}, Уд, С)}, \quad (1.9)$$

где P – уровень рентабельности производственной деятельности,

Π_{pn} - прибыль от реализации продукции, работ или услуг,

$З_{пл}$ - полная себестоимость продукции, работ ли услуг,

ОРП – объем реализации продукции,

Уд – удельный вес выбранного вида продукции, товара или услуги в общем объеме реализованной продукции,

Ц – цена выбранного вида продукции, работ или услуг,

С – себестоимость единицы продукции, работ или услуг,

Расчет влияния факторов первого порядка на изменение уровня рентабельности в целом по предприятию можно выполнить способом цепной подстановки.

Он используется для расчета влияния факторов во всех типах факторных моделей. Этот способ позволяет определить влияние отдельных факторов на изменение величины результативного показателя путем постепенной замены базисной величины каждого факторного показателя в объеме результативного показателя на фактическую в отчетном периоде. С этой целью определяют ряд условных величин результативного показателя, которые учитывают изменение одного, затем двух, трех и последующих факторов, допуская, что остальные не изменяются. Сравнение величины результативного показателя до и после изменения уровня того или иного фактора позволяет исключить влияние всех факторов, кроме одного, и определить влияние последнего на прирост результативного показателя.

Используя способ цепной подстановки, необходимо придерживаться следующей последовательности расчетов: В первую очередь нужно учитывать изменение количественных, а затем качественных показателей. Если же имеется несколько количественных и несколько качественных показателей, то сначала следует изменить величину факторов первого уровня подчинения, а потом более низкого. Таким образом, применение метода цепной подстановки требует знания взаимосвязи факторов, их соподчиненности, умения правильно их классифицировать и систематизировать.

Для расчета влияния факторов на изменение уровня рентабельности в нашем случае используем следующие таблицы.

Рассмотрим метод цепной подстановки для расчета влияния 4 факторов.

1. Расчет влияния факторов на изменение уровня рентабельности при плановых показателях:

$$P_{пл} = \frac{П_{пл}(приОРП_{общ_{пл}}, Уд_{пл}, Ц_{пл}, C_{пл})}{З_{пл}(приОРП_{общ_{пл}}, Уд_{пл}, C_{пл})},$$

(1.10)

Таблица 1.2- Исходные данные для факторного анализа

| Показатель | План | План, пересчитанный на фактический объем продаж | Факт |
|--|----------------------------|--|--------------------------|
| Выручка (нетто) от реализованной продукции, товаров, услуг | $\sum (ОРП_{пл} * Ц_{пл})$ | $\sum (ОРП_{ф} * Ц_{пл})$ | $\sum (ОРП_{ф} * Ц_{ф})$ |
| Полная себестоимость реализованной продукции | $\sum (ОРП_{пл} * C_{пл})$ | $\sum (ОРП_{ф} * C_{пл})$ | $\sum (ОРП_{ф} * C_{ф})$ |
| Прибыль | Строка 1 – Строка 2 | Строка 1 – Строка 2 | Строка 1 – Строка 2 |

2. Расчет влияния факторов на изменение уровня рентабельности при фактическом показателе объема реализованной продукции:

$$P_{\text{усл1}} = \frac{\Pi_{\text{усл1}}(\text{приОРП}_{\text{общ}\phi}, Yd_{\text{нл}}, C_{\text{нл}}, C_{\text{нл}})}{З_{\text{усл}}(\text{приОРП}_{\text{общ}\phi}, Yd_{\text{нл}}, C_{\text{нл}})},$$

(1.11)

3. Расчет влияния факторов на изменение уровня рентабельности при фактическом показателе объема реализованной продукции и фактическом удельном весе выбранного вида продукции, товара или услуги в общем объеме реализованной продукции:

$$P_{\text{усл2}} = \frac{\Pi_{\text{усл2}}(\text{приОРП}_{\text{общ}\phi}, Yd_{\phi}, C_{\text{нл}}, C_{\text{нл}})}{З_{\text{усл}}(\text{приОРП}_{\text{общ}\phi}, Yd_{\phi}, C_{\text{нл}})},$$

(1.12)

4. Расчет влияния факторов на изменение уровня рентабельности при фактическом показателе объема реализованной продукции, фактическом удельном весе выбранного вида продукции, товара или услуги в общем объеме реализованной продукции и фактическом показателе цены выбранного вида продукции, работ или услуг:

$$P_{\text{усл3}} = \frac{\Pi_{\text{усл2}}(\text{приОРП}_{\text{общ}\phi}, Yd_{\phi}, C_{\phi}, C_{\text{нл}})}{З_{\text{усл}}(\text{приОРП}_{\text{общ}\phi}, Yd_{\phi}, C_{\text{нл}})},$$

(1.13)

5. Расчет влияния факторов на изменение уровня рентабельности при всех фактических показателях:

$$P_{\phi} = \frac{\Pi_{\phi}(\text{приОРП}_{\text{общ}\phi}, Yd_{\phi}, C_{\phi}, C_{\phi})}{З_{\phi}(\text{приОРП}_{\text{общ}\phi}, Yd_{\phi}, C_{\phi})}, \quad (1.14)$$

Вычислим изменение уровня рентабельности, при каждом из рассмотренных вариантов:

1. $\Delta P_{\text{общ}} = P_{\phi} - P_{\text{нл}}$ - процент или количественный показатель влияния на изменение рентабельности всех факторов в совокупности.

2. $\Delta P_{\text{опн}} = P_{\text{усл1}} - P_{\text{нл}}$ - процент или количественный показатель влияния на изменение рентабельности изменения объема реализованной продукции.

3. $\Delta P_{\text{уд}} = P_{\text{усл2}} - P_{\text{усл1}}$ - процент или количественный показатель влияния на изменение рентабельности изменение удельного веса выбранного вида продукции, товара или услуги в общем объеме реализованной продукции.

4. $\Delta P_u = P_{усл3} - P_{усл2}$ - процент или количественный показатель влияния на изменение рентабельности изменение цены выбранного вида продукции, работ или услуг.

5. $\Delta P_c = P_{ф} - P_{усл3}$ - процент или количественный показатель влияния на изменение рентабельности изменение себестоимость единицы продукции, работ или услуг.

Полученные после факторного анализа результаты отражают изменения положительные или отрицательные по отношению к плану того или иного показателя.

1.3 Проблема повышения рентабельности

Актуальность темы настоящей работы определяется еще рядом причин. Во-первых, осуществление преобразований в республиканской финансовой системе и реструктуризация большинства предприятий привели к тому, что рентабельность промышленных предприятий не только не возросла, но и ощутимо снизилась. Важно в этой связи понять, почему происходит такое снижение, какие средства следует использовать для того, чтобы ее стабилизировать и даже повысить? Ответить на эти вопросы невозможно без уточнения понятия рентабельность, форм ее проявления, способов расчета, факторов, влияющих на ее величину. Во-вторых, становление социально ориентированной рыночной экономики сопровождается усилением конкуренции между промышленными предприятиями. В этих условиях могут сохранить и укрепить свои позиции только те хозяйственные структуры, которые стремятся к повышению эффективности хозяйствования. Отсюда задача выявления путей повышения прибыльности становится актуальной не только в теоретическом плане, но и с целью улучшения хозяйственной практики.

В связи с переходом экономики нашей страны на рыночные отношения изменяется и отношение к получаемой от экономических субъектов информации. Информация о финансовом состоянии организации, его финансовых результатах становится очень важна для широкого круга пользователей, как внешних – налоговые инспекции, коммерческие банки, акционеры и т.д., так и внутренних – администрация, менеджеры, внутренние финансовые службы организации.

Программа реформирования финансовой системы, осуществляемая в Республике Беларусь в настоящее время, направлена, с одной стороны, на то, чтобы сделать информацию, получаемую из финансовой отчетности, наиболее емкой, всесторонней и в то же время более понятной, прозрачной и читаемой. В проведении такой реформы, в первую очередь, заинтересованы внешние пользователи. Внутри предприятия администрация может собрать любую информацию и самостоятельно провести анализ хозяйственной деятельности. Внешний пользователь, имея ограниченный доступ к внутренней управленческой информации, должен по максимуму получить сведения о деятельности организации из общедоступных источников – бухгалтерской

отчетности организации. Заинтересованность акционеров-собственников организации в проведении такого реформирования очевидна. Во всем цивилизованном мире акционерный капитал имеет превалирующее значение для развития производства. Главное его преимущество заключается в способности аккумулировать на наиболее рентабельных участках экономики большие инвестиционные ресурсы, так как акционеры будут с большей охотой вкладывать свои сбережения в развивающиеся и доходные предприятия.

Имея на руках бухгалтерскую финансовую отчетность за отчетный год или за ряд предыдущих лет, акционеры общества должны оценить эффективность использования вложенных капиталов, рентабельность активов организации, финансовую устойчивость и перспективы развития на будущее. К сожалению, это сделать не всегда просто. Для более точной оценки деятельности организации необходимо использовать методы экономического анализа. Имея на вооружении набор инструментов анализа хозяйственной деятельности, возможно достоверно и всесторонне оценить результаты хозяйственной деятельности организации.

В экономически развитых западных странах ни один инвестиционный проект не обходится без глубокого экономического анализа. Для этого разработаны целые комплексы оценки эффективности деятельности организации. В эту систему входят различные показатели: коэффициенты финансовой устойчивости, рентабельности, платежеспособности. Многообразие показателей рентабельности определяет альтернативность поиска путей ее повышения. Каждый их исходных показателей раскладывается в факторную систему с различной степенью детализации, что задает границы выявления и оценки производственных резервов.

В результате многочисленных исследований деятельности успешных и убыточных компаний, одно из которых было приведено в журнале «Менеджмент за рубежом» (№3 1999) и называлось «Статистический анализ рентабельности крупнейших фирм США» были разработаны оптимальные значения ряда коэффициентов, дающих возможность оценить динамику развития организации и перспективы ее роста на будущее. Для того чтобы экономический анализ имел практическое применение, он должен быть, с одной стороны, комплексным, т.е. анализ должен охватывать все стороны экономического процесса и всесторонне выявлять причинные зависимости, влияющие на деятельность организации в той или иной степени.

С другой стороны, анализ должен обеспечить системный подход, когда каждый изучаемый объект рассматривается как сложная изменяемая система, состоящая из ряда факторов внешней и внутренней среды.

В то же время принятие управленческих решений должно быть основано на использовании наибольшего числа ключевых параметров (относительных финансово-экономических индикаторов), которые характеризуют основные блоки деятельности организации в текущем разрезе и ожидаемой перспективе.

Эффективность управленческих решений, принимаемых на основании использования показателей рентабельности, может быть достигнута при соблюдении ряда условий:

- правильный выбор объекта управления и четкая постановка цели решаемой задачи;
- обоснование метода расчета анализируемых показателей;
- выявление количественной и качественной оценки взаимосвязи между факторами, определяющими уровень рассматриваемых параметров;
- экономическая интерпретация полученных результатов, сравнение их в динамике с показателями других компаний, среднеотраслевым уровнем, принятыми «базовыми» нормами;
- формулировка выводов с выделением сильных и слабых сторон, зон «риска» и «благополучия», выделение и ранжирование факторов, создающих возможность достижения поставленной цели.

Таким образом, стремление компаний структурировать свои финансовые показатели, при последующем их анализе и оценке, приведет к улучшению управления отечественными компаниями, а в результате, и к подъему экономики страны в целом. Актуальность данной работы в том, что на современном этапе развития экономики Республики Беларусь при финансовом анализе предприятий применяется очень мало показателей, что мешает получить полную картину производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Большинство фирм стремятся к увеличению прибыли, забывая при этом об эффективности своей работы, однако увеличение этого показателя не в полной мере отражает фактическую ситуацию, складывающуюся на предприятии, а при использовании комплексных исследований финансовых показателей и, главное, правильной их оценке и анализе, принятие управленческих решений может стать намного результативнее и продуктивнее.

2 Анализ рентабельности на примере ОАО «Могилёвская фабрика мороженого»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Могилевская фабрика мороженого, как самостоятельная структура, имеющая статус юридического лица, работает с 1991 года, имея государственную форму собственности.

С 1957 года по 1980 год на этих площадях размещался городской молочный завод, а на протяжении следующих 10-ти лет существовал как цех по производству мороженого Могилевского молочного комбината.

Приказом № 110 от 30 июня 1995 года Могилевского областного комитета по управлению государственным имуществом и приватизации, фабрика мороженого преобразована в Открытое Акционерное общество «Могилевская фабрика мороженого».

Решением Могилевского облисполкома в Едином государственном регистре юридических лиц и предпринимателей ОАО «Могилевская фабрика мороженого» зарегистрировано за № 700014931 (Свидетельство АБ001868).

78938 акций ОАО «Могилевская фабрика мороженого» зарегистрированы в Государственной инспекции РБ по ценным бумагам, регистрационный № 7-401-01-2156, 29 сентября 1995 года.

После реорганизации в 2005 году ОАО «Могилевская фабрика мороженого» путем присоединения к нему ОАО ПМК «Мясомолпром» и дополнительного выпуска 76 565 штук простых именных акций зарегистрированных в Государственном реестре по ценным бумагам (регистрационный № 70-401-01-8651) 18 июля 2005 года , общее количество акций организации составило 155 503 штуки, а уставной фонд 466 509 тысяч рублей.

ОАО «Могилевская фабрика мороженого» включает в себя одно двухэтажное здание основного производства, два одноэтажных административных здания, имеет собственную котельную, аммиачную, компрессорную, трансформаторную подстанцию ГРП, камеры для закаливания и хранения продукции емкостью 80 тонн, складские помещения для припасов и материалов, гаражи, КПП.

Основная деятельность предприятия – производство пищевых продуктов – мороженого, майонезов и соусов, сырков глазированных и полуфабрикатов тестовых замороженных.

За период существования предприятия объемы производства мороженого колебались . Так при общем спаде всего производства в стране с 1991 года по 1994 год наблюдалось снижение объемов .С 1995 по 1999 год при благоприятной конъюнктуре цен и в следствии этого значительных (до 30%) объемах отгрузок в Россию происходило постепенное наращивание объемов производства.

Так в 1999 году достигнут максимум производства мороженого. Предприятие стало вторым в республике по объемам производства после Минского хладокомбината № 2. Начиная с 4 квартала 1999 года, вследствие изменения в конъюнктуре цен в России и Белоруссии, а также с образованием на территории РБ новых производств мороженого, основанных на частном капитале и капитале инвесторов и использующих зарубежный опыт в маркетинговой политике и технологиях продаж, на предприятии объемы собственного производства существенно снизились, мощности пришлось использовать также и для переработки давальческого сырья.

В 2021 – 2013 гг. объемы производства собственной продукции (мороженого) сохраняются на уровне 1700 – 1800 тонн. В связи с общим снижением уровня потребления, связанного с негативными тенденциями в экономике страны в 2014 году, имело место снижение объемов производства по всем видам продукции.

В 3-м квартале 1996 года введен в действие участок по производству майонеза, мощностью 800 кг в смену.

Максимальные объемы по производству майонеза были достигнуты в 1998 г.-291 тонна. В дальнейшем объемы производства этих видов продукции снижались в следствии появления на рынке большого количества аналогичных

продуктов других производителей. С 2005 года, вследствие успешной маркетинговой политики предприятия объемы производства майонеза постепенно увеличивались. В 2012 г. достигли 697 тонн. В 2014 допущено снижение объемов производства.

В феврале 2007г. был введен в действие участок по выработке сырков глазированных на палочке в виде эскимо весом порции 70-80 гр. «Творожко - морожко». Фасовка производится на линии по производству эскимо. В ноябре 2016 г был освоен выпуск сырков глазированных в вафельном сахарном рожке «Творожко – морожко» весом порции 60 гр. Ежегодно объемы производства достигают 95 - 110 тонн.

Во II квартале 2017г. введен в действие участок по производству тары из гофрокартона для собственных нужд и для реализации прочим потребителям. С 01.10.2014 года вследствие снижения объемов производства и в целях экономической целесообразности участок закрыт.

В I квартале 2020г. освоено производство сырков творожных глазированных традиционных. На протяжении всего периода объемы производства ежегодно возрастали.

В 2020г. для фасовки крупнофасованного мороженого в новую полиэтиленовую упаковку приобретены 3 единицы запайщика ножного импульсного RF-450 обеспечивающих герметичную упаковку продукта.

В связи с вводом в действие оборудования по производству тары предприятие полностью обеспечивает свою потребность в картонной таре по себестоимости её производства.

В целях сглаживания сезонности производства и обеспечения прибыльной работы предприятия в осенне-зимний период в 2020г. приобретена линия для производства сырков глазированных GSL.

В 2020-2021г. проведено техпереворужение в варочном отделении предприятия, установлена итальянская линия для приготовления смеси мороженого Pietribiasi Michelangelo SPL.

В 2011 году произведена замена морально и физически устаревших линий M6-ОЛВ и ROLLO-27 для производства мороженого на более высокопроизводительную линию польского производства IGLO LINE 9000, а также линию Techostik для выработки эскимо итальянского производства.

В 2013 году с целью расширения ассортимента мороженого приобретена дополнительная опция к линии IGLO LINE 5000 по выпуску брикетов на вафлях.

В 2014 году успешно реализован проект «Производство замороженных полуфабрикатов». С мая 2014г. освоен выпуск новых изделий замороженных полуфабрикатов из слоеного теста.

Структура объемов производства по видам экономической деятельности в 2014 году сложилась следующим образом:

- производство мороженого 52,6%
- производство майонезов 7,63%

- производство цельномолочной продукции (сырки глазированные «Творожко – морожко» и «Лева») 24,3%
- производство тары (на реализацию) 1,38%
- производство теплоэнергии (на реализацию) 0,085%
- производство прочей продукции 13,95%
- в т.ч. - продукта творожного 12%
- замороженных полуфабрикатов 1,95%

Отрицательной стороной в деятельности предприятия является высокая сезонность, обусловленная резким снижением спроса на основную продукцию, занимающую более 50% от общих объемов в осенне-зимний период. От 70 до 73 % годовых объемов производства приходится на 2 и 3 квартал.

Главными целями и задачами развития ОАО «Могилевская фабрика мороженого» на 2022 г. являются:

- оптимизация ассортимента выпускаемой продукции в соответствии с покупательским спросом;
- удержание позиций на рынке Республики Беларусь по всем видам продукции;
- освоение новых рынков сбыта новой продукции, обеспечивающих загрузку производственных мощностей;
- увеличение объемов экспорта;
- повышение качества продукции, расширение ассортимента;
- улучшение товарного вида и качества упаковки продукции;
- техническое перевооружение и модернизация производства;
- целенаправленная и постоянная работа по сокращению энергозатрат и других издержек производства;
- улучшение санитарно-гигиенических условий производства;
- получение документов позволяющих реализацию продукции (сырков глазированных и мороженого) на рынке России и Казахстан.
- внедрение регламентов Таможенного союза на всю готовую продукцию;
- расширение области применения СМК и СМБПП на производство полуфабрикатов тестовых замороженных.

Основные показатели развития ОАО «Могилевская фабрика мороженого» за 2020-2021 гг. представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2- Основные показатели развития ОАО «Могилевская фабрика мороженого» за 2020-2021 гг.

| Наименование показателей | 2020 | 2021 | Темп роста,% | Изменение, тыс.руб. |
|---|----------|----------|--------------|---------------------|
| Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, тыс.р. | 143300,0 | 162300,0 | 113,3 | 19000 |
| Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг, тыс.р. | 112635,0 | 128705,0 | 114,3 | 16070 |
| Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг, тыс.р. | 28400,1 | 29112 | 102,5 | 711,9 |
| Чистая прибыль, тыс.р. | 21706,0 | 22536,2 | 103,8 | 830,2 |

| | | | | |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|------|
| Среднесписочная численность, чел. | 869 | 820 | 94,36 | -49 |
| Среднемесячная заработная плата, руб. | 671,5 | 721,6 | 107,5 | 50,1 |

Выручка от реализации продукции за изучаемый период имеет тенденцию к увеличению, абсолютное изменение составило 19000 тыс. р., или 13,3 %, что является положительной характеристикой предприятия.

Также наблюдается увеличение прибыли от реализации товаров на 711,9 тыс. руб., что свидетельствует об эффективной работе организации.

Увеличение чистой прибыли на 830,2 тыс.руб. характеризует работу предприятия с положительной стороны, так как от эффективности организации фонда во многом зависит эффективность производства, а также итоговые показатели деятельности.

2.2 Анализ рентабельности деятельности предприятия

Для того чтобы проанализировать рентабельность производства нам необходимы следующие данные: чистая прибыль предприятия, среднегодовая стоимость основных средств и среднегодовая стоимость оборотных средств.

Рассчитаем необходимые показатели за анализируемый период.

Среднегодовая стоимость основных фондов:

$$\text{Фоф}_{2019} = (\text{ОФ}_{\text{н.г.}} + \text{ОФ}_{\text{к.г.}}) / 2 = (130564 + 136000) / 2 = 133282 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Фоф}_{2020} = (136000 + 142855,2) / 2 = 139427,6 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{Фоф}_{2021} = (142855,2 + 151057,6) / 2 = 146956,4 \text{ тыс. руб.}$$

Среднегодовая стоимость оборотных средств:

$$\text{Фобс}_{2019} = (\text{ОС}_{\text{н.г.}} + \text{ОС}_{\text{к.г.}}) / 2 = (37450 + 41360) / 2 = 39405 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{Фобс}_{2020} = (41360 + 49335) / 2 = 45347,5 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{Фобс}_{2021} = (49335 + 56678) / 2 = 53006,5 \text{ тыс. руб.}$$

Определим рентабельность производства, как отношение чистой прибыли предприятия к сумме среднегодовой стоимости основных средств и оборотных средств.

Рассчитаем данный показатель для предприятия ОАО «Могилевская фабрика мороженого» на 2019, 2020 и 2021 года.

$$R_{\text{бош}} 2019 = \frac{\text{Пч}}{\text{ОФ} + \text{ОС}} \times 100\% = \frac{11506,1}{133282 + 39405} \times 100\% = 6,6\%$$

$$R_{\text{бош}} 2020 = \frac{21706}{139427,6 + 45347,5} \times 100\% = 11,7\%$$

$$R_{\text{бош}} 2021 = \frac{22536,2}{146956,4 + 53006,5} \times 100\% = 11,27\%$$

Данный показатель не имеет четкой динамики. Рентабельность производства показывает, насколько, результативно используется имущество предприятия, иными словами, она показывает степень общей прибыли на 1 руб. затрат всех производственных ресурсов. Проанализировав данный показатель можно сказать, что в 2019 году предприятие получило низкий уровень прибыли

на 1 руб. затрат, что может свидетельствовать о неэффективном использовании основных и оборотных средств, предприятия.

В 2020 году можно отметить существенный рост данного показателя (до 11,7%), за счет значительного роста прибыли, а значит и эффективном использовании производственных ресурсов, данное изменение является положительной тенденцией. В 2021 году наблюдается снижение рентабельности производства до 11,27%, что является отрицательной тенденцией развития предприятия. На данный показатель оказало негативное влияния увеличение темпов роста себестоимости реализованной продукции на 13,26% по сравнению с предыдущим периодом.

Для того чтобы провести анализ рентабельности совокупных активов нам необходимы следующие данные: чистая прибыль предприятия и среднегодовая стоимость совокупных активов предприятия.

Таблица 2.2- Анализ рентабельности активов

| Показатели | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------|---------|---------|---------|
| 1. Чистая прибыль, тыс. руб. | 11506,1 | 21706,0 | 22536,2 |
| 2. Активы, тыс. руб. | 104576 | 109388 | 111938 |

Рассчитаем рентабельность совокупных активов, как отношение чистой прибыли предприятия к среднегодовой стоимости совокупных активов предприятия.

Рассчитаем данный показатель для нашего предприятия на 2019, 2020 и 2021 года.

$$\begin{aligned}
 Ra_{2019} &= \frac{Пч}{(Ан.г.+Ак.г.)/2} \times 100, \% = \frac{11506,1}{(100409+104576)/2} \times 100 = 11,2\% \\
 Ra_{2020} &= \frac{21706,0}{(104576+109388)/2} \times 100 = 20,29\% \\
 Ra_{2021} &= \frac{22536,2}{(109388+111938)/2} \times 100 = 20,36\%
 \end{aligned}$$

Рентабельность активов (экономическая рентабельность) характеризует уровень прибыли, генерируемой всеми активами предприятия, находящимися в его использовании по балансу. В 2019 году предприятие имеет низкий уровень рентабельности совокупных активов, это может быть обусловлено увеличением валюты баланса вследствие затоваривания готовой продукцией и роста суммы дебиторской задолженности. В 2020 году рентабельность совокупных активов выросла до 20,29%, что является положительной тенденцией. На данный показатель оказали положительное влияние: увеличение спроса на продукцию, увеличение рентабельности продаж и оборачиваемости активов. В 2021 году экономическая рентабельность увеличилась до 20,36%, что является положительной тенденций.

Для того чтобы проанализировать рентабельность собственного капитала нам необходимы следующие данные: чистая прибыль предприятия и величина собственного капитала (средняя за период).

Таблица 2.3- Анализ рентабельности собственного капитала

| Показатели | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|
| 1. Чистая прибыль, тыс. руб. | 11506,1 | 21706,0 | 22536,2 |
| 2. Собственный капитал, тыс. руб. | 203987 | 231984 | 254078 |

Рассчитаем среднегодовую величину собственного капитала анализируемый период.

$$СК_{2019} = (СК_{н.г.} + СК_{к.г.}) / 2 = (201943 + 203987) / 2 = 202415 \text{ тыс. руб.};$$

$$СК_{2020} = (203987 + 231984) / 2 = 217985,5 \text{ тыс. руб.};$$

$$СК_{2021} = (231984 + 254078) / 2 = 243031 \text{ тыс. руб.}$$

Определим рентабельность собственного капитала, как отношение чистой прибыли предприятия к среднегодовой стоимости собственного капитала.

Рассчитаем данный показатель для нашего предприятия на 2019, 2020 и 2021 года.

$$РСК_{2019} = \frac{Пч}{(СК_{н.г.} + СК_{к.г.}) / 2} \times 100, \% = \frac{11506,1}{202415} = 5,7\%$$

$$РСК_{2020} = \frac{21706}{217985,5} \times 100 = 9,9\%$$

$$РСК_{2021} = \frac{22536,2}{243031} \times 100 = 9,3\%$$

Рентабельность собственного капитала (финансовая рентабельность) характеризует уровень прибыльности собственного капитала, вложенного в данное предприятие. Уровень рентабельности собственного капитала в 2019 году (5,7) свидетельствует о низкой инвестиционной привлекательности анализируемого предприятия, т.к. он значительно ниже доходности по другим вариантам капиталовложений (например, по банковским депозитам). В 2020 наблюдается существенный несущественный рост рентабельности собственного капитала до 9,9%.

На данный показатель оказали положительное влияние: рост прибыли предприятия, возможно увеличение рентабельности продаж, увеличение собственного капитала за счет погашения убытков и получения нераспределенной прибыли. В 2021 году рентабельность предприятия снизилась до 9,3%. Снижение рентабельности собственного капитала вызвано ростом суммы собственного капитала, который ведет к усилению финансовой автономии предприятия и поэтому является положительной тенденцией.

Для того чтобы проанализировать рентабельность продаж (коммерческую рентабельность), а именно валовую, операционную и чистую рентабельность продаж нам понадобятся следующие данные: валовая прибыль, чистая прибыль и выручка от реализации продукции.

Определим валовую рентабельность продаж как отношение валовой прибыли к выручке от реализации продукции.

Таблица 2.4-Анализ рентабельности продаж

| Показатели | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------------------------------|---------|---------|---------|
| 1. Валовая прибыль, тыс. руб. | 17464,0 | 30665,0 | 33595,0 |

| | | | |
|------------------------------------|---------|----------|----------|
| 2.Выручка от реализации, тыс. руб. | 83177,0 | 143300,0 | 162300,0 |
|------------------------------------|---------|----------|----------|

Рассчитаем данный показатель для нашего предприятия на 2019, 2020 и 2021 года.

$$РВ\ 2019 = \frac{ПВ}{В} \times 100, \% = \frac{17464}{83177,0} \times 100 = 21\%$$

$$РВ\ 2020 = \frac{30665,0}{143300} \times 100 = 21,4\%$$

$$РВ\ 2021 = \frac{33595}{162300} \times 100 = 20,7\%$$

Валовая рентабельность продаж показывает эффективность производственной деятельности и ценовой политики предприятия. В 2019 году валовая рентабельность продаж составляет 21%, что свидетельствует о достаточно эффективной производственной деятельности и ценовой политики предприятия. В 2020 году данный показатель вырос до 21,4%, что является положительной тенденцией развития предприятия. В 2021 уровень валовой рентабельности продаж сократился до 20,7%, что объясняется ухудшением ситуации на рынке и снижением цен, на которое вынуждено было пойти предприятие в целях стимулирования сбыта.

Рассчитаем данный показатель для нашего предприятия на 2019, 2020 и 2021 года.

$$РЧ\ 2019 = \frac{ЧП}{В} \times 100, \% = \frac{11506,1}{83177} \times 100 = 13,83\%$$

$$РЧ\ 2020 = \frac{21706}{143300} \times 100 = 15,15\%$$

$$РЧ\ 2021 = \frac{22536,2}{162300,0} \times 100 = 13,89\%$$

Чистая рентабельность продаж характеризует эффективность всех видов деятельности предприятия: операционной, инвестиционной и финансовой. Этот показатель отражает полное влияние структуры капитала и финансирования предприятия на его рентабельность. Низкое значение чистой рентабельности продаж (13,83%) в 2019 году может свидетельствовать о неэффективной деятельности предприятия. Рост данного показателя в 2020 году до 15,15%, является положительной тенденцией и свидетельствует о повышении эффективности операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия. Снижение чистой рентабельности продаж в 2021 году до 13,89%, является отрицательной тенденцией и говорит о снижении эффективности деятельности предприятия. Рассчитанные выше основные показатели рентабельности сведем в таблицу 2.5 и проанализируем динамику их изменения.

Таблица 2.5- Анализ динамики основных показателей рентабельности за 2019-2021 годы, %

| Основные показатели | 2019 | 2020 | 2021 | Отклонения | Отклонения |
|---------------------|------|------|------|------------|------------|
|---------------------|------|------|------|------------|------------|

| | г. | г. | г. | (2020-2019) | (2021- 2020) |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|-------------|--------------|
| Рентабельность производства | 6,6 | 11,7 | 11,27 | 5,1 | -0,43 |
| Рентабельность совокупных активов | 11,2 | 20,29 | 20,36 | 9,09 | 0,07 |
| Рентабельность собственного капитала | 5,7 | 9,9 | 9,3 | 4,2 | -0,6 |
| Валовая рентабельность продаж | 21 | 21,4 | 20,7 | 0,4 | -0,7 |
| Чистая рентабельность продаж | 13,83 | 15,15 | 13,89 | 1,32 | -1,26 |

Проанализировав динамику изменения показателей рентабельности, можно сказать, что в 2020 году самое большое отклонение имеет рентабельность совокупных активов (рост на 9,09%).

Что касается показателей рентабельности продаж, то судить однозначно об их значениях, не имея данных о значениях аналогичных показателей по отрасли, нет смысла. На основании расчетов, целесообразно проанализировать лишь изменение этих показателей в динамике. Как видим, наблюдается более быстрый рост, валовой рентабельности, чем рост чистой рентабельности продаж, более быстрый рост показателя валовой рентабельности свидетельствует об экономии на постоянных расходах (административных расходах, расходах на сбыт, прочих операционных расходах).

Рост рентабельности производства и рентабельности активов, может свидетельствовать об ускорении оборачиваемости активов и более эффективном использовании основных фондов и оборотных средств.

Проанализировав изменения показателей рентабельности в 2021 году можно сказать, что самое большое отклонение имеет рентабельность совокупных активов (рост на 0,07%). Снижение рентабельности собственного капитала вызвано как негативным фактором ростом суммы собственного капитала, который ведет к усилению финансовой автономии предприятия и поэтому является положительной тенденцией.

Что касается показателей рентабельности продаж, как видим, наблюдается более быстрое снижение валовой и чистой рентабельности продаж. Уменьшение в динамике показателя валовой рентабельности обусловлено превышением темпов роста себестоимости продукции (14,25%) над темпами роста выручки от реализации (13,25 %). Снижение рентабельности производства, может свидетельствовать о менее эффективном использовании основных фондов и оборотных средств. Снижение рентабельность совокупных активов снижается, за счет высоких темпов роста валюты баланса относительно финансового результата то это говорит о нестабильности активов по источникам финансирования. Для того чтобы провести анализ рентабельность реализованной продукции в целом по предприятию нам необходимы следующие данные: прибыль валовая, и себестоимость реализованной продукции.

Таблица 2.6-Анализ рентабельности реализованной продукции

| Показатели | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------|---------|---------|---------|
| 1.Валовая прибыль, тыс. руб. | 17464,0 | 30665,0 | 33595,0 |

| | | | |
|--|---------|----------|----------|
| 2.Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. | 65710,0 | 112635,0 | 128705,0 |
|--|---------|----------|----------|

Рассчитаем рентабельность продукции как отношение прибыли от реализации к себестоимости реализованной продукции.

Рассчитаем данный показатель для нашего предприятия на 2019, 2020 и 2021 года.

$$РП\ 2019 = \frac{Пв}{Срп} \times 100\ \% = \frac{17464}{65710} \times 100 = 26,6\%$$

$$РП\ 2020 = \frac{30655}{112635} \times 100 = 27,2\%$$

$$РП\ 2021 = \frac{33595}{128705} \times 100 = 26,1\%$$

Показатели рентабельности продукции отражают эффективность текущих затрат. Проанализировав данный показатель можно сказать, о достаточно эффективном вложении текущих затрат в 2019 году. В 2020 году данный показатель вырос на 0,6% (27,2-26,6), что свидетельствует об увеличении прибыли на единицу затрат и является положительной тенденцией развития деятельности предприятия. Снижение данного показателя в 2021 году до 26,1%, вызвано увеличением себестоимости продукции и снижением прибыли от реализации продукции и услуг. Данное изменение могло быть обусловлено вынужденным снижением цен в целях стимулирования сбыта.

3 Пути повышения рентабельности деятельности предприятия

Подведя итог выполненному выше анализу, следует отметить следующее. В 2021 году на предприятии ОАО «Могилёвская фабрика мороженого» рентабельность производства снизилась на 0,43%, рентабельность собственного капитала снизилась на 0,6%, валовая рентабельность снизилась на 0,7% и чистая рентабельность продаж снизилась на 1,26%. То есть предприятие работает не эффективно, так как по основным показателям рентабельности идет снижение. Поэтому предприятию необходимо срочно разрабатывать мероприятия по её увеличению.

Достичь повышения рентабельности можно различными путями. Существует множество мероприятий по повышению рентабельности деятельности предприятия, данные мероприятия могут быть связаны и с маркетингом, и с экономикой и даже менеджментом.

Первое решение по повышению рентабельности это снижение себестоимости продукции.

Определим несколько методов снижения себестоимости на предприятия ОАО «Могилёвская фабрика мороженого» (рисунок 3.1).

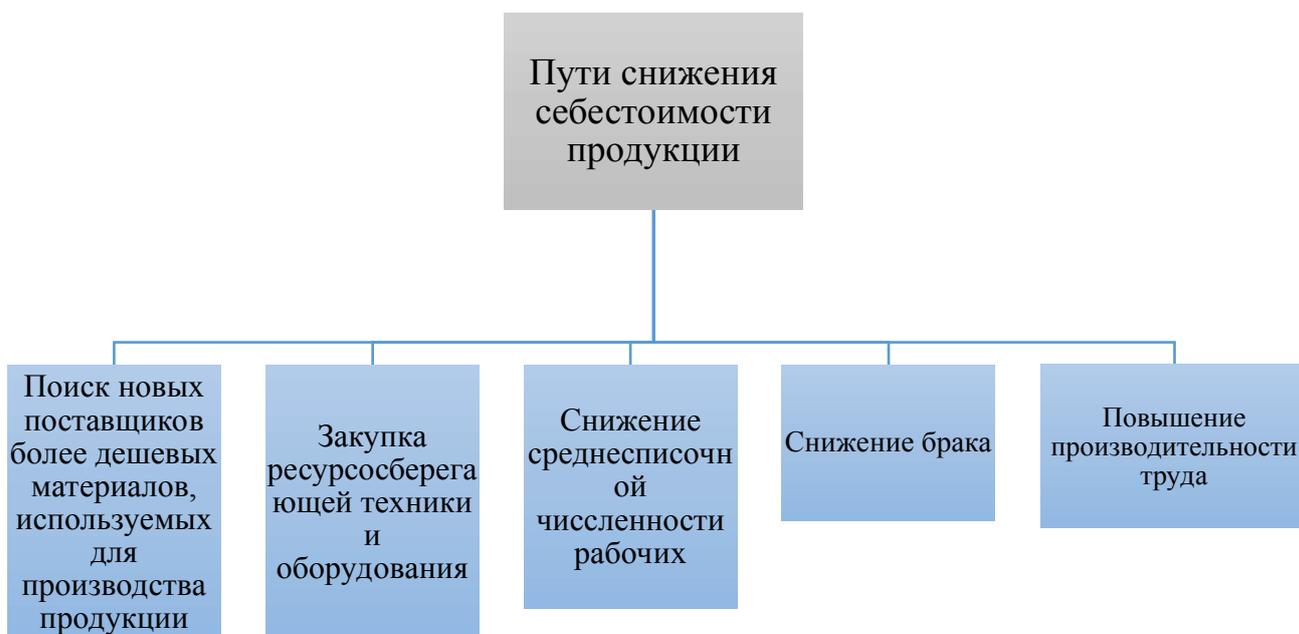


Рисунок 3.1-Пути снижения себестоимости продукции

Один за другим экономические кризисы ставят в тяжелое положение не только предприятия, но и граждан - потребителей, от уровня покупательской способности которых зависят объемы продаж производимой продукции.

С переходом на рыночные отношения умение эффективно хозяйствовать становится условием выживания предприятия в конкурентной борьбе. Достижение высоких результатов деятельности предприятия невозможно без эффективного управления затратами на производство и реализацию продукции.

Итак, согласно рисунка 3.1, для повышения рентабельности необходимо: начать сотрудничество с новыми поставщиками на более удобных условиях с целью закупки более дешевого сырья и материалов, применять ресурсосберегающую технику и оборудование, снизить численность рабочих, снизить количество брака и повысить производительность.

Важнейшее значение в борьбе за снижение себестоимости продукции является соблюдение наиболее строгого режима экономии на всех участках производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Последовательное осуществление на предприятиях режима экономии проявляется, прежде всего, в уменьшении затрат материальных ресурсов на единицу продукции, сокращении расходов по обслуживанию производства и управления, в ликвидации потерь от различных непроизводительных расходов.

Материальные затраты, как известно, в большинстве отраслей промышленности занимают большой удельный вес в структуре себестоимости продукции, поэтому даже незначительное сбережение сырья, материалов, топлива и энергии при производстве каждой единицы продукции в целом по предприятию дает большой эффект.

Предприятие имеет возможность влиять на количество затрат материальных ресурсов, начиная с их заготовки. Правильный выбор поставщиков материалов влияет на себестоимость продукции. Важно обеспечить поступление материалов от таких поставщиков, которые находятся на небольшом расстоянии от предприятия, а также перевозят грузы дешевым видом транспорта. При заключении договоров о поставках материальных ресурсов необходимо заказывать такие материалы, которые по своим размерам и качеству точно соответствуют плановой спецификации на материалы, стремиться использовать более дешевые материалы, не снижая в то же время качества продукции.

Основным условием снижения затрат сырья и материалов на производство единицы продукции является улучшение конструкций изделий и совершенствование технологии производства, использование прогрессивных видов материалов, внедрение технически обоснованных норм расходов материальных ценностей.

Сокращение расходов на обслуживание производства и управление также снижает себестоимость продукции. Резервы сокращения общепроизводственных и административных расходов заключаются, прежде всего, в упрощении и удешевлении аппарата управления, в экономии на управленческих расходах. Проведение мероприятий по механизации вспомогательных и подсобных работ приводит к сокращению численности рабочих, занятых на этих работах. Важнейшее значение при этом имеют автоматизация и механизация производственных процессов.

Значительные резервы снижения себестоимости является в сокращении потерь от брака и других непроизводительных расходов. Изучение причин брака, выявление причин их возникновения дают возможность провести мероприятия по ликвидации потерь, сокращения и наиболее рационального использования отходов производства.

Масштабы выявления резервов снижения себестоимости продукции во многом зависит от того, как поставлена работа с изучения и внедрения опыта как на других предприятиях.

Теперь рассмотрим повышение производительности труда как одного из методов снижения себестоимости.

Успех борьбы за снижение себестоимости решает, прежде всего, рост производительности труда рабочих, обеспечивающий в определенных условиях экономию на заработной плате.

Рассмотрим, в каких условиях при росте производительности труда на предприятиях снижаются затраты на заработную плату рабочих. Увеличение выработки продукции на одного рабочего может быть достигнуто за счет осуществления организационно-технических мероприятий, благодаря чему изменяются, как правило, нормы выработки и соответственно им расценки за выполняемые работы. Увеличение выработки может произойти и за счет перевыполнения установленных норм выработки без проведения

организационно-технических мероприятий. Нормы выработки и расценки в этих условиях, как правило, не изменяются.

В первом случае, когда изменяются нормы выработки и расценки, предприятие получает экономию на заработной плате рабочих. Объясняется это тем, что в связи со снижением расценок доля заработной платы в себестоимости единицы продукции уменьшается. Однако это не приводит к снижению средней заработной платы рабочих, так как приводимые организационно-технические мероприятия дают возможность рабочим с теми же затратами труда выработать больше продукции.

Таким образом, проведение организационно-технических мероприятий с соответствующим пересмотром норм выработки позволяет снижать себестоимость продукции за счет уменьшения доли заработной платы в единице продукции одновременно с ростом средней заработной платы рабочих.

Во втором случае, когда установленные нормы выработки и расценки не изменяются, величина затрат на заработную плату рабочих в себестоимости единицы продукции не уменьшается. Но с ростом производительности труда увеличивается объем производства, что приводит к экономии по другим статьям расходов, в частности сокращаются расходы по обслуживанию производства и управлению. Происходит это потому, что в цеховых расходах значительная часть затрат (а в общезаводских почти полностью) - условно-постоянные расходы (амортизация оборудования, содержание зданий, содержание цехового и общезаводского аппарата и другие расходы), не зависящие от степени выполнения плана производства. Это значит, что их общая сумма не изменяется или почти не изменяется в зависимости от выполнения плана производства.

Отсюда следует, что, чем больше выпуск продукции, тем меньше доля цеховых и общезаводских расходов в ее себестоимости.

С ростом объема выпуска продукции прибыль предприятия увеличивается не только за счет снижения себестоимости, но и вследствие увеличения количества выпускаемой продукции. Таким образом, чем больше объем производства, тем при прочих равных условиях больше сумма получаемой предприятием прибыли.

Следует отметить, что предприятие ОАО «Могилёвская фабрика мороженого» не полностью реализует производимую продукцию. Следовательно, необходимо повысить сбыт продукции. Рассмотрим пути повышения сбыта продукции на рисунке 3.2.

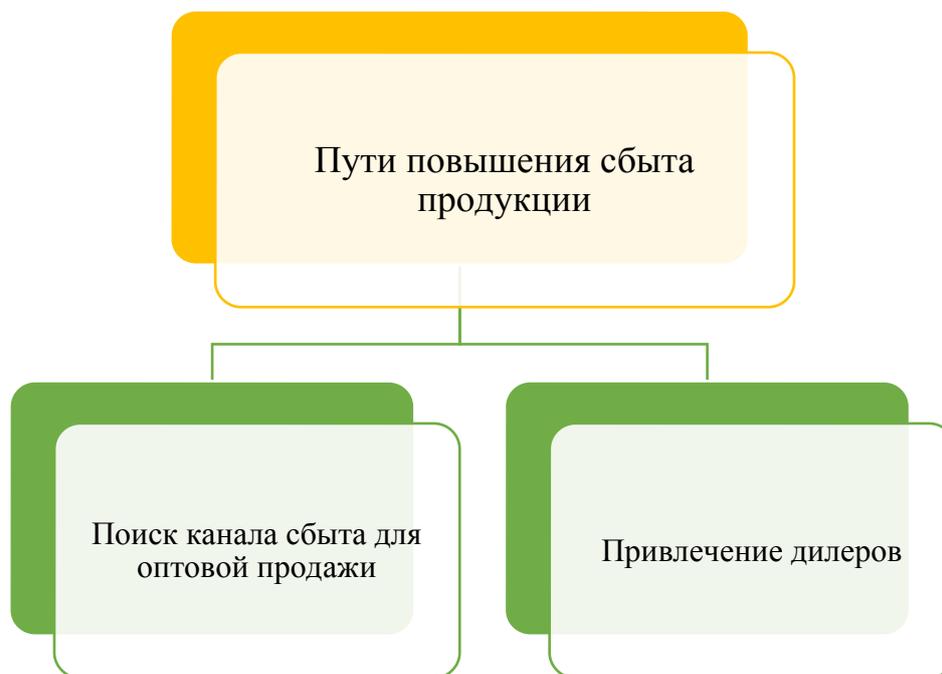


Рисунок 3.2- Пути повышения сбыта продукции

На данный момент на предприятии существуют прямые продажи. Для повышения сбыта необходимо расширения каналов сбыта.

Таким образом, для повышения рентабельности на предприятии ОАО «Могилёвская фабрика мороженого» предлагается снизить себестоимость, путем закупки более дешевых материалов, необходимых для производства продукции, с помощью ресурсосберегающей техники и оборудования и снижению численности рабочих, а так же путем снижения брака и повышению производительностью труда.

Еще один метод повышения рентабельности – повышение сбытовой деятельности. В результате вышеприведенного анализа, было выявлено, что предприятие реализует не всю производимую продукцию, поэтому необходимо налаживать оптовый рынок продаж продукции и поиск дилеров, которые будут продавать продукцию завода во всех городах страны, а так же и в других странах.

Заключение

Если предприятие получает прибыль, оно считается рентабельным. Показатели рентабельности, применяемые в экономических расчетах, характеризуют относительную прибыльность.

Рентабельность выступает как экономическая категория, оценочный результативный показатель, целевой ориентир, инструмент расчета чистого дохода общества, источник формирования различных фондов.

Рентабельность - это относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса.

Рентабельность более полно, чем прибыль отражает окончательные результаты хозяйствования, так как ее величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами.

Показатели рентабельности - это важнейшие характеристики фактической среды формирования прибыли и дохода предприятий. Они позволяют дать оценку финансовых результатов предприятия и, в конечном счете, его эффективность. По этой причине они являются обязательными элементами сравнительного анализа и оценки финансового состояния предприятия. При анализе производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования.

К этим показателям обычно относят уровень рентабельности, или коэффициент рентабельности, который выражается как отношение того или иного вида прибыли к какой-либо базе. Все показатели рентабельности могут быть рассчитаны как на основе балансовой прибыли, так и прибыли от реализации или чистой прибыли. Разные показатели отражают разные стороны деятельности предприятия. Вполне естественно, что в целом эффективность работы предприятия может определить лишь система показателей рентабельности. Все показатели рентабельности можно объединить в 5 основных групп: рентабельность продукции, рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность капитала и прочие показатели рентабельности.

В ходе изучения прибыли и рентабельности проведён факторный анализ. Это позволило достаточно подробно изучить влияние различных факторов на финансовые результаты, определить конкретные зависимости и тенденции их развития.

Выручка от реализации продукции за изучаемый период имеет тенденцию к увеличению, абсолютное изменение составило 19000 тыс. р., или 13,3 %, что является положительной характеристикой предприятия.

Также наблюдается увеличение прибыли от реализации товаров на 711,9 тыс. руб., что свидетельствует об эффективной работе организации.

Увеличение чистой прибыли на 830,2 тыс.руб. характеризует работу предприятия с положительной стороны, так как от эффективности организации фонда во многом зависит эффективность производства, а также итоговые показатели деятельности.

Рентабельность производства в 2019 году предприятие получило низкий уровень прибыли на 1 руб. затрат, что может свидетельствовать о неэффективном использовании основных и оборотных средств, предприятия.

В 2020 году можно отметить существенный рост данного показателя (до 11,7%), за счет значительного роста прибыли, а значит и эффективном использовании производственных ресурсов, данное изменение является положительной тенденцией. В 2021 году наблюдается снижение рентабельности производства до 11,27%, что является отрицательной

тенденцией развития предприятия. На данный показатель оказало негативное влияния увеличение темпов роста себестоимости реализованной продукции на 13,26% по сравнению с предыдущим периодом.

В 2019 году предприятие имеет низкий уровень рентабельности совокупных активов, это может быть обусловлено увеличением валюты баланса вследствие затоваривания готовой продукцией и роста суммы дебиторской задолженности. В 2020 году рентабельность совокупных активов выросла до 20,29%, что является положительной тенденцией. На данный показатель оказали положительное влияние: увеличение спроса на продукцию, увеличение рентабельности продаж и оборачиваемости активов. В 2021 году экономическая рентабельность увеличилась до 20,36%, что является положительной тенденцией.

Уровень рентабельности собственного капитала в 2019 году (5,7) свидетельствует о низкой инвестиционной привлекательности анализируемого предприятия, т.к. он значительно ниже доходности по другим вариантам капиталовложений (например, по банковским депозитам). В 2020 наблюдается существенный несущественный рост рентабельности собственного капитала до 9,9%.

На данный показатель оказали положительное влияние: рост прибыли предприятия, возможно увеличение рентабельности продаж, увеличение собственного капитала за счет погашения убытков и получения нераспределенной прибыли. В 2021 году рентабельность предприятия снизилась до 9,3%. Снижение рентабельности собственного капитала вызвано ростом суммы собственного капитала, который ведет к усилению финансовой автономии предприятия и поэтому является положительной тенденцией.

В 2019 году валовая рентабельность продаж составляет 21%, что свидетельствует о достаточно эффективной производственной деятельности и ценовой политики предприятия. В 2020 году данный показатель вырос до 21,4%, что является положительной тенденцией развития предприятия. В 2021 уровень валовой рентабельности продаж сократился до 20,7%, что объясняется ухудшением ситуации на рынке и снижением цен, на которое вынуждено было пойти предприятие в целях стимулирования сбыта.

Показатели рентабельности продукции отражают эффективность текущих затрат. Проанализировав данный показатель можно сказать, о достаточно эффективном вложении текущих затрат в 2019 году. В 2020 году данный показатель вырос на 0,6% (27,2-26,6), что свидетельствует об увеличении прибыли на единицу затрат и является положительной тенденцией развития деятельности предприятия. Снижение данного показателя в 2021 году до 26,1%, вызвано увеличением себестоимости продукции и снижением прибыли от реализации продукции и услуг.

Основными проблемами для исследуемой организации на сегодняшний день являются проблемы, связанные с увеличением прибыли и рентабельности, а именно:

- изменение себестоимости;

- увеличение различных видов расходов;
- поиск новых рынков сбыта и другие.

Решить эти проблемы можно при помощи различных методов, некоторые из которых были представлены в данной курсовой работе.

Несмотря на данные проблемы, уровень конкурентоспособности предприятия увеличивается с каждым годом. Как было выявлено в процессе исследования, в анализируемом периоде финансовое состояние организации было достаточно устойчивым, не наблюдалось каких-либо резких колебаний, что носит положительный характер и говорит том, что ОАО «Могилевская фабрика мороженого» прибыльное и рентабельное предприятие.

Список использованных источников

- 1 Акулич, В.В. Факторный анализ прибыли от реализации продукции, товаров, работ, услуг / В.В. Акулич // Продажи. - 2019. - № 4. - С. 43-48.
- 2 Анализ финансовой отчётности: учеб. пособие для вузов / под ред. М.А. Вахрушиной, Н.С. Пласковой. - М. : Вузовский учеб., 2007. - 367с.
- 3 Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие /

Л.Л. Ермолович [и др.]; под общ. ред. Л.Л. Ермолович. - Минск: Современ. шк., 2006. - 736с.

4 Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебник / В.И. Стражев [и др.]; под общ. ред. В.И. Стражева. - 6-е изд. - Мн.: Выш. шк., 2005. - 480 с.

5 Анущенко, К.А. Финансово-экономический анализ : учеб.-практ. пособие для вузов / К.А. Анущенко, В.Ю. Анущенко. - М. : Дашков и К, 2020. - 404с.

6 Ветрова, Т. Экономические показатели плановой калькуляции / Тамара Ветрова // Главный бухгалтер. Ценообразование. - 2020. - № 11. - С. 34-40.

7 Волков, О.И. Экономика предприятия: курс лекции / О.И. Волков, В.К. Скляренко. - М. : ИНФРА-М, 2007. - 280с.

8 Головачев, А.С. Экономика предприятия : учеб. пособие для вузов. В 2 ч. 2 / А.С. Головачев. - Мн. : Выш. шк., 2019. - 464с.

9 Доходы и прибыль организации: пособие для слушателей специального факультета по переподготовке кадров и студентов экономических специальностей / А.З. Коробкин. - 2-е изд., пересм. и доп. - Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2021. - 116с.

10 Забродская, Н.Г. Экономика и статистика предприятия : учеб. пособие для вузов / Н.Г. Забродская. - М. : Деловая и учеб лит., 2007. - 352с.

11 Засмужец, С.И. Анализ рентабельности / Сергей Иванович Засмуженец // Экономика. Финансы. Управление. - 2007. - № 2. - С. 80-84.

12 Игнатова, М.Г. Расчёт ключевых финансовых показателей эффективности бизнеса / М.Г. Игнатова, Е.А. Кузьмина, А.А. Сентюрова // Аудитор. - 2021. - № 9. - С. 30-35.

Приложение А

ОТЧЕТ
о прибылях и убытках
за январь-декабрь 2021 года

| | |
|--------------------------------|--|
| Организация | |
| Учетный номер плательщика | |
| Вид экономической деятельности | |
| Организационно-правовая форма | |

| Орган управления | | | |
|---|------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Единица измерения | тыс. руб. | | |
| Адрес | | | |
| Наименование показателей | Код строки | За январь - декабрь 2021 г. | За январь - декабрь 2020 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг | 010 | 162 300 | 143 300 |
| Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг | 020 | 128 705 | 112 635 |
| Валовая прибыль (010 – 020) | 030 | 33 595 | 30 665 |
| Управленческие расходы | 040 | 2 486 | 1 263,7 |
| Расходы на реализацию | 050 | 1 997 | 1,001,2 |
| Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг (030 – 040 – 050) | 060 | 29 112 | 28 400,1 |
| Прочие доходы по текущей деятельности | 070 | 52 784 | 48 392 |
| Прочие расходы по текущей деятельности | 080 | 56 509 | 50 945 |
| Прибыль (убыток) от текущей деятельности (± 060 + 070 – 080) | 090 | 4 370 | 3 327 |
| Доходы по инвестиционной деятельности | 100 | 4 493 | 7 252 |
| В том числе: | | | |
| доходы от выбытия основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов | 101 | 12 | 71 |
| доходы от участия в уставном капитале других организаций | 102 | | |
| проценты к получению | 103 | 15 | 18 |
| прочие доходы по инвестиционной деятельности | 104 | 4 466 | 7 163 |
| Расходы по инвестиционной деятельности | 110 | 7 301 | 938 |
| В том числе: | | | |
| расходы от выбытия основных средств, нематериальных активов и других долгосрочных активов | 111 | 7 057 | 7 |
| прочие расходы по инвестиционной деятельности | 112 | 244 | 931 |
| Доходы по финансовой деятельности | 120 | 8 224 | 102 557 |
| В том числе: | | | |
| курсовые разницы от пересчета активов и обязательств | 121 | 4 765 | 5 010 |
| прочие доходы по финансовой деятельности | 122 | 3 459 | 97 547 |
| Расходы по финансовой деятельности | 130 | 11 499 | 18 865 |
| В том числе: проценты к уплате | 131 | 7 090 | 5 346 |
| курсовые разницы от пересчета активов и обязательств | 132 | 3 481 | 11 245 |
| прочие расходы по финансовой деятельности | 133 | 928 | 2 274 |
| | | | |

| Наименование показателей | Код строки | За январь - декабрь 2021 | За январь - декабрь 2020 |
|--|------------|--------------------------|--------------------------|
| | | г. | г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Прибыль (убыток) от инвестиционной и финансовой деятельности (100 – 110 + 120 – 130) | 140 | 6 083 | 9 006 |
| Прибыль (убыток) до налогообложения (± 090 ± 140) | 150 | 24 799,2 | 22 965 |
| Налог на прибыль | 160 | 2 263 | 1 259 |
| Изменение отложенных налоговых активов | 170 | | |
| Изменение отложенных налоговых обязательств | 180 | | |
| Прочие налоги и сборы, исчисляемые из прибыли (дохода) | 190 | | |
| Прочие платежи, исчисляемые из прибыли (дохода) | 200 | | |
| Чистая прибыль (убыток) (± 150 – 160 ± 170 ± 180 – 190-200) | 210 | 22 536,2 | 21 706, 0 |
| Результат от переоценки долгосрочных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) | 220 | | |
| Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) | 230 | | |
| Совокупная прибыль (убыток) (± 210 ± 220 ± 230) | 240 | | |
| Базовая прибыль (убыток) на акцию | 250 | | |
| Разводненная прибыль (убыток) на акцию | 260 | | |
| Количество организаций получивших прибыль по конечному финансовому результату | 270 | | |
| Сумма полученной прибыли по конечному финансовому результату | 270a | | |
| Количество организаций получивших убыток по конечному финансовому результату | 280 | | |
| Сумма полученного убытка по конечному финансовому результату | 280a | | |
| Количество организаций получивших прибыль по конечному финансовому результату, без учета государственной поддержки | 290 | | |
| Сумма полученной прибыли по конечному финансовому результату, без учета государственной поддержки | 290a | | |
| Количество организаций получивших убыток по конечному финансовому результату, без учета государственной поддержки | 295 | | |
| Сумма полученного убытка по конечному финансовому результату, без учета государственной поддержки | 295a | | |