

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Филиал в г. Златоусте
Факультет «Сервис, экономика и право»
Кафедра «Экономика и право»
Направление подготовки 38.03.01 Экономика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой,
к.э.н., доцент

_____ Т.И. Гусева
_____ 2017 г.

Управление прибылью предприятия
АО «КАНОПУС»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ – 38.03.01.2017.081.ПЗ ВКР

Руководитель работы
к.э.н., доцент

_____ Е.Н. Зайцева
_____ 2017 г.

Автор работы
студент группы ФСЭиП-402

_____ К.Д. Акимова
_____ 2017 г.

Нормоконтролер
к.э.н., доцент

_____ И.И. Турсукова
_____ 2017 г.

Златоуст 2017

АННОТАЦИЯ

Акимова К.Д. Управление прибылью предприятия АО «КАНОПУС» – Златоуст: ЮУрГУ, ЭиП, 2017, 96 с., 8 ил., 29 табл., библиогр. список – 46 наим., 3 приложения.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в разработке мероприятий по совершенствованию управления прибылью предприятия на основе планирования.

В первом разделе выпускной квалификационной работы рассматриваются теоретические и методические основы управления прибылью предприятия. Раскрывается экономическая сущность прибыли как объекта управления, порядок ее формирования и методика анализа, а также процесс планирования прибыли как ключевой аспект управления прибылью предприятия.

Во втором разделе работы приводится краткая организационно-экономическая характеристика АО «Канопус». Анализируются показатели прибыли и рентабельности, оценивается влияние факторов на прибыль, выявляются основные резервы роста прибыли предприятия.

В третьем разделе выпускной квалификационной работы разработаны мероприятия по повышению эффективности управления прибылью АО «Канопус» на основе внедрения ее планирования, оценен экономический результат от внедрения процесса планирования прибыли на предприятии.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 7 |
| 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ | |
| ПРЕДПРИЯТИЯ | 10 |
| 1.1 Экономическая сущность прибыли как объекта управления | 10 |
| 1.2 Порядок формирования чистой прибыли. Методика анализа прибыли | 15 |
| 1.3 Планирование прибыли как ключевой аспект управления прибылью предприятия | 24 |
| 2 АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ | |
| ЗАО «КАНОПУС» | 33 |
| 2.1 Краткая организационно–экономическая характеристика предприятия | 33 |
| 2.2 Анализ прибыли предприятия | 40 |
| 2.3 Анализ влияния факторов на прибыль предприятия | 54 |
| 2.4 Анализ рентабельности деятельности предприятия | 60 |
| 3 ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ЗАО «КАНОПУС».. | 70 |
| 3.1 Повышение эффективности управления прибылью на основе внедрения ее планирования | 70 |
| 3.2 Экономический результат от внедрения процесса планирования прибыли на предприятии | 80 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 85 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК | 89 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | |
| ПРИЛОЖЕНИЕ А. Классификация видов прибыли | 93 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Сравнительный аналитический баланс ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг. | 95 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ В. Аналитический отчет о финансовых результатах ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг. | 96 |

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В условиях трансформации рыночной среды возрастает ответственность предприятий в принятии и реализации решений с целью обеспечения эффективности их деятельности, которая выражается в конкретных финансовых результатах. Общим финансовым результатом деятельности является прибыль, которая обеспечивает разностороннее развитие предприятия. Поэтому руководству предприятий необходимо умение оперативно реагировать на изменения рыночной ситуации, осуществлять поиск и принятие оптимальных управленческих решений в сфере управления прибылью.

Прибыль выступает важнейшим условием достижения стабильности, экономической безопасности и инвестиционной привлекательности предприятия. Это предполагает создание эффективной системы управления прибылью одновременно с поиском возможных способов ее увеличения. Эффективное управление прибылью предусматривает построение на предприятии соответствующих организационно-методических систем обеспечения этого управления, знание основных механизмов формирования прибыли, использование современных методов ее анализа и планирования. Наряду с формированием прибыли на каждом предприятии должно быть обеспечено и эффективное управление ее распределением. В этих условиях основной задачей руководства предприятий становится организация процесса управления, основанного на такой последовательности действий, которая позволяет пройти путь от постановки цели до ее достижения оптимальным способом.

Грамотное, эффективное управление формированием прибыли предусматривает использование современных методов ее анализа и планирования. Максимизация прибыли за счет увеличения объемов продаж и сокращения затрат открывает возможность предприятиям планировать на перспективу размеры своей прибыли в зависимости от хозяйственных успехов в производстве конкурентоспособной продукции и заблаговременно принимать соответствующие меры по ликвидации непроизводительных затрат и реализации резервов роста объемов продаж.

Планирование прибыли важно не только для самих предприятий, но и для инвесторов, поставщиков, кредиторов, связанных с деятельностью данного предприятия. Поэтому планирование оптимального размера прибыли в современных экономических условиях является важнейшим фактором успешной финансово-хозяйственной деятельности предприятий.

Актуальность темы работы обусловлена повышенным интересом руководства предприятий к процессу управления прибылью и поиску подходов, позволяющих организовать управление таким образом, чтобы деятельность предприятия была успешной.

Объект исследования – ЗАО «Канопус», которое специализируется на производстве электрооборудования для городского электротранспорта.

Предмет исследования – процесс управления прибылью предприятия.

Цель работы – разработка мероприятия по совершенствованию управления прибылью на основе планирования в ЗАО «Канопус».

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) Раскрыть теоретические основы управления прибылью предприятия.
- 2) Провести анализ и дать оценку эффективности управления прибылью в ЗАО «Канопус».
- 3) Разработать мероприятия по совершенствованию управления прибылью на основе планирования в ЗАО «Канопус», оценить экономический эффект от их внедрения.

Теоретической базой исследования послужили законодательные и нормативные документы в области формирования доходов и расходов предприятий, труды отечественных исследователей, специализирующихся по вопросам экономики и управления финансами предприятий. Категория прибыль предприятия находится в центре внимания у таких исследователей как Борисов В.В., Волков О.И., Грязнова А.Г., Ковалев В.В., Ефимова О.В., Мануйленко В.В., Селезнева Н.Н. и многих других. Проблемы формирования

финансовых результатов и управления прибылью в производственно-коммерческой деятельности предприятий рассматривали в своих трудах такие авторы как Бланк И.А., Ковалев В.В., Савчук В.П., Шеремет А.Д. и другие авторы. Вопросам планирования прибыли предприятий посвящены работы Бекетова Г.Б., Бочарова В.В., Бухалкова М.И., Бланка И.А., Вайса Е.С., Горемыкина В.А., Ковалева В.В., Конищевой М.А., Савчука В.П. и других.

Методологической основой исследования послужила учебная литература в области финансово-экономического анализа и финансового планирования на предприятии. Методики анализа финансовых результатов, прибыли, рентабельности широко освещены в работах Авериной О.И., Войтоловского Н.А., Герасимовой В.В., Донцовой Л.В., Ефимовой О.В., Калачевой Н.В., Когденко В.Г., Крылова Э.И., Пласковой Н.С. и других. Методика планирования прибыли освещена в работах Балашова В.Г., Большакова С.В., Зайкова В.П., Кольке В.И., Хруцкого В.Е. и других авторов.

Информационной базой исследования послужили данные финансовой отчетности ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

Практическая значимость работы заключается в том, что разработанные в ней мероприятия могут быть использованы руководством исследуемого предприятия при определении направлений повышения эффективности своей деятельности.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Экономическая сущность прибыли как объекта управления

Прибыль как экономическая категория отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства и выступает целью хозяйственной деятельности экономических субъектов, занятых предпринимательством. основополагающая роль прибыли заключается в том, что она является: основным внутренним источником развития предприятия и возрастания его рыночной стоимости; индикатором кредитоспособности и конкурентоспособности предприятия; главным интересом его собственников; гарантом выполнения обязательств предприятия перед государством и источником удовлетворения социальных потребностей коллектива [20].

Несмотря на то, что прибыль является объектом экономической теории и занимает чрезвычайно важную роль в рыночной экономике, не смолкают споры о ее сущности и формах. В учебной литературе и научных статьях категория «прибыль» неразрывно связывается с категорией дохода, капитала, процента и многими другими. В практическом плане прибыль – количественная величина, определяемая как разница между общей выручкой от реализации товаров и услуг и совокупными издержками. В теоретическом плане в экономической науке сложились два подхода к оценке экономической природы прибыли. Первый из них определяет прибыль как превращенную форму прибавочной стоимости. В рамках данного подхода теории прибыли классиков буржуазной политической экономии были исчерпывающе проанализированы К. Марксом, который в труде «Капитал» определил прибыль как прибавочную стоимость или ту часть всей стоимости товара, в которой воплощен неоплаченный прибавочный труд наемного работника [22]. В рамках второго подхода прибыль определяется как доход от использования всех факторов производства. Этому подходу придерживаются приверженцы современной экономической науки. Согласно Самуэльсону Э.П. «Прибыль – это безусловный доход от факторов производства,

это вознаграждение за предпринимательскую деятельность, технические нововведения и усовершенствования, за умение рисковать в условиях неопределенности» [22].

Оба подхода к интерпретации категории «прибыль», а именно, прибыль, как превращенная форма прибавочной стоимости и как доход от использования всех факторов производства, имеют право на существование и представляются как логичные и не противоречащие друг другу. Среди современных экономистов есть сторонники как первого, так и второго подхода. Однако, не вдаваясь в точку зрения классиков экономической науки, предпримем попытку раскрыть экономическую сущность прибыли с точки зрения различных подходов (экономического, бухгалтерского, предпринимательского), изложенных в современной экономической теории и практике (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Понятие прибыли с точки зрения различных подходов

| Подход | Автор | Определение | Особые значения |
|---------------|----------------------------------|--|---|
| Экономический | Ковалев В.В. [25] | Прибыль (убыток) – это прирост (уменьшение) капитала собственников, имевший место в отчетном периоде | Экономическую прибыль можно исчислить на основе динамики рыночных оценок капитала или по данным ликвидационного баланса. Значения рассчитанной таким образом прибыли будет носить условный характер, т.е. с позиции практики данный подход не реализуем исключительно субъективно |
| | Ефимова О.В. [21] | Прибыль – финансовый результат деятельности организации, правом распоряжаться которым обладают собственники | |
| | Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. [45] | Прибыль – финансовый результат деятельности организации, который выражается в изменении величины ее собственного капитала отчетного периода | |
| | Селезнева Н.Н. [40] | Прибыль – это выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности | |
| | Войтоловский Н.А. [13] | Прибыль – это полезный финансовый результат деятельности предприятия, определяющий уровень рентабельности собственных и заемных средств | |

Окончание таблицы 1.1

| Подход | Автор | Определение | Особые значения |
|---------------------|--------------------|--|--|
| Бухгалтерский | Соколов Я.В. [41] | Прибыль – это положительная разница между доходами и расходами организации, понимаемыми как приращение совокупной стоимостной оценки ее активов, сопровождающееся увеличением капитала собственников, и ее расходами, понимаемыми как снижение совокупной стоимостной оценки ее активов, сопровождающейся уменьшением капитала собственников | Бухгалтерский подход содержит отчетливое определение элементов прибыли – видов доходов и расходов, по которым производится обособленный учет. Это дает объективную, доступную информацию, позволяющую рассчитать конечный финансовый результат |
| | Волков О.И. [14] | Прибыль – конечный финансовый результат предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов – разница между ценой продукции и ее себестоимостью | |
| | Грязнова А.Г. [42] | Прибыль – разница между доходами, полученными от реализации продукции (работ, услуг), основных средств и иного имущества, внереализационной деятельности, и начисленной суммой затрат на производство, реализацию продукции и осуществление других видов деятельности | |
| Предпринимательский | Ковалев В.В. [25] | Прибыль – индикатор успешности фирмы с позиции участников рынка капитала, прежде фактических и потенциальных инвесторов | Оценка предпринимательской прибыли осуществляется вне фирмы – рынком, а потому при ее исчислении используются рыночные цены, что позволяет получить весьма условное значение прибыли |
| | Бланк И.А. [8] | Прибыль – это вознаграждение за предпринимательский риск, т. е. доход предпринимателя, выраженный в денежной форме на вложенный капитал | |
| | Борисов В.Ф. [46] | Прибыль – доход предприятия, который выступает в виде прироста капитала | |

Можно сделать вывод, что экономический и предпринимательский подходы к определению прибыли являются сугубо теоретическими и не имеют практического применения. Бухгалтерский подход в практической деятельности наиболее реалистичен, т.к. идентифицируя те или иные виды доходов и расходов, можно на

регулярной основе рассчитывать показатели прибыли. Бухгалтерское определение прибыли находит отражение в первую очередь в российском законодательстве – Налоговом кодексе РФ. Там прибыль характеризуется как разница между полученными доходами и произведенными расходами, определяемыми в установленном порядке для различных категорий налогоплательщиков [1]. Принципы бухгалтерского учета доходов и расходов, из которых складывается конечный финансовый результат деятельности предприятия – прибыль или убыток, установлены Положениями по бухгалтерскому учету ПБУ 9/99 «Доходы организации» [2] и ПБУ 10/99 «Расходы организации» [3].

Учитывая, что современная политика Министерства финансов РФ в области составления форм бухгалтерской отчетности направлена на укрупнение показателей, важно различать типы прибыли, основные из которых представлены в Отчете о финансовых результатах. В рамках типов можно выделить виды, соответственно, под общим понятием «прибыль» понимаются самые различные ее виды, что обусловило необходимость определенной систематизации. Классификация видов прибыли представлена в приложении А [32].

Сущность прибыли как экономической категории проявляется в ее функциях. Большинство экономистов выделяют три основные функции прибыли – оценочную, фискальную и контрольную [14, 22, 27]. Некоторые авторы, отступая от общепринятых подходов, предлагают собственный подход к перечню функций прибыли, соответствующий, по их мнению, целям эффективного формирования и использования прибыли и современным условиям развития. Рассмотрим функции прибыли, встречающиеся в экономической литературе различных авторов:

- 1) Оценочная – функция заключается в том, что прибыль выступает показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства и оценивающим хозяйственную деятельность предприятия.
- 2) Фискальная – функция состоит в том, что прибыль рассматривается как источник формирования бюджетных ресурсов и внебюджетных фондов.
- 3) Контрольная – функция заключается в том, что прибыль является важным

показателем, характеризующим финансовый результат деятельности; сам факт, что предприятие имеет прибыль, свидетельствует о его эффективной работе.

4) Компенсационно-гарантийная – функция заключается в том, что, с одной стороны, создание из прибыли различных специализированных фондов и резервов на покрытие убытков, прежде всего, направлено на обеспечение устойчивого функционирования предприятия. С другой стороны, направлением прибыли на расширение, модернизацию производства, финансирование инновационных проектов обеспечивается защита интересов собственников, менеджмента и наемных рабочих.

5) Развивающая – функция состоит в том, что в системе внутренних источников формирования финансовых ресурсов предприятия прибыль выступает основным инструментом, обеспечивающим его развитие. Чем выше уровень генерирования прибыли в деятельности предприятия, тем меньше потребность в привлечении финансовых средств из внешних источников при прочих равных условиях, тем выше уровень самофинансирования развития, обеспечения его стратегических целей, повышения конкурентоспособности на рынке.

6) Капиталообразующая – суть функции заключается в том, что в современных условиях прибыль выступает основным источником собственного капитала хозяйствующих субъектов. Самовозрастание стоимости капитала обеспечивается путем капитализации части полученной прибыли, то есть направления ее на прирост активов предприятия.

7) Имиджевая – состоит в том, что именно показатель прибыли лежит в основе определения степени деловой активности, уровня эффективности использования производственных ресурсов, оценки доходности вложений в активы предприятия и его инвестиционной привлекательности.

Таким образом, прибыль определяется, с одной стороны, как основной внутренний источник развития хозяйствующего субъекта, а с другой, – как обобщающий показатель финансовых результатов деятельности предприятия, который представляет собой разницу между полученными доходами от бизнеса и

расходами, понесенными в связи с его осуществлением. Под понятием «прибыль» понимаются самые различные ее виды, что обуславливает необходимость их классификации. В результате расширяются возможности аналитической деятельности хозяйствующих субъектов, которые могут самостоятельно детализировать этот показатель. Сущность прибыли проявляется в ее функциях: оценочной, фискальной, контрольной, компенсационно–гарантийной, развивающей, капиталобразующей, имиджевой.

1.2 Порядок формирования чистой прибыли. Методика анализа прибыли

Самым главным показателем деятельности любого субъекта хозяйствования является прибыль. Размер прибыли позволяет потенциальным кредиторам определить возможности предприятия по возврату заемных денежных ресурсов, инвесторам – рациональность вложения инвестиций в субъект хозяйствования, поставщикам и партнерам – платежеспособность и снизить риски невозврата дебиторской задолженности.

Как было отмечено ранее, прибыль представляет собой финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия, который формируется сопоставлением доходов и расходов. Наиболее исчерпывающие определения доходов и расходов содержатся в Положениях по бухгалтерскому учету – ПБУ 9/99 «Доходы организации» [2] и ПБУ 10/99 «Расходы организации» [3]. Данные регулятивы последовательно реализуют финансовую концепцию капитала, с которым и увязано определение доходов и расходов. В соответствии с данными Положениями доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества) [2]. Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой

организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) [3].

Доходы и расходы в зависимости от характера, условий получения и направлений деятельности организации подразделяются на:

- доходы (расходы) от обычных видов деятельности;
- прочие доходы (расходы).

Доходами от обычных видов деятельности является выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг [2].

Расходами по обычным видам деятельности являются расходы, связанные с изготовлением продукции и продажей продукции, приобретением и продажей товаров, выполнением работ, оказанием услуг [3]. Объединяя определенные виды расходов в группы, предприятие формирует показатель себестоимости. Структуру расходов в аналитических целях необходимо рассматривать в разрезе функций и элементов затрат. Структура расходов в разрезе функций (производство, управление, сбыт) может быть представлена следующим образом:

- себестоимость продаж – это имеющая стоимостную оценку совокупность затрат живого и овеществленного труда, использованных в процессе производства сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других расходов, необходимых для осуществления хозяйственной деятельности и участвующих в формировании финансовых результатов;

- коммерческие расходы – затраты, связанные с продажей продукции (затраты на упаковку, сбытовые транспортные расходы, комиссионные сборы, уплачиваемые посредникам, затраты на хранение товаров, затраты на рекламу, представительские расходы, иные аналогичные по назначению расходы);

- управленческие расходы – это затраты на управление организацией, не связанные непосредственно с производственным процессом (административные расходы, содержание управленческого персонала, амортизация и расходы на ремонт и аренду основных средств общехозяйственного назначения, расходы на

информационные, аудиторские, консультационные услуги, другие аналогичные по назначению управленческие расходы).

При формировании расходов по обычным видам деятельности должна быть обеспечена их группировка по следующим элементам: материальные затраты; затраты на оплату труда; отчисления на социальные нужды; амортизация; прочие затраты [2].

Прочими доходами (расходами) при формировании конечного финансового результата признаются [2, 3]:

- поступления (расходы), связанные с предоставлением за плату во временное пользование и владение активов организации;

- поступления (расходы), связанные с участием в уставных капиталах других организаций;

- поступления (расходы), связанные с продажей основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров;

- проценты, полученные (уплаченные) за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке;

- штрафы, пени, неустойки за нарушение договоров полученные (уплаченные);

- прибыль (убыток) прошлых лет, выявленная в отчетном году;

- суммы кредиторской (дебиторской) задолженности, по которым истек срок исковой давности;

- прочие экономически обоснованные доходы (расходы).

Формирование информации о доходах, расходах и финансовых результатах входит в задачи и функции бухгалтерского учета предприятия. Конечный финансовый результат, характеризующий качество хозяйственной деятельности предприятия, выражается в бухгалтерском учете в показателе чистой прибыли (убытка). При его определении за определенный период учитываются все доходы и расходы этого периода. Величина финансового результата за определенный

период отражается предприятием в Отчете о финансовых результатах. Схема формирования показателей прибыли предприятия представлена на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 – Схема формирования чистой прибыли предприятия

Рассмотрим основные показатели прибыли.

Валовая прибыль представляет собой разницу между выручкой от реализации и себестоимостью реализованной продукции, товаров, работ или услуг. Валовая прибыль служит для покрытия непроизводственных затрат.

Прибыль от продаж – показатель, отражающий финансовый результат (прибыль или убыток) от продажи товаров (продукции, работ, услуг). Прибыль от продаж рассчитывается вычитанием из валовой прибыли коммерческих и управленческих расходов. Прибыль от продаж служит источником покрытия непроизводственных и производственных затрат.

Прибыль до налогообложения показывает финансовый результат, полученный

от всех видов деятельности организации за отчетный период. Чтобы рассчитать прибыль до налогообложения, необходимо к прибыли от продаж прибавить прочие доходы (в том числе проценты полученные и доходы от участия в других организациях) и вычесть прочие расходы (включая проценты к уплате). Прибыль до налогообложения служит источником покрытия непроизводственных и производственных затрат.

Чистая прибыль представляет собой итоговый финансовый результат функционирования предприятия с учетом всех его доходов и расходов, в том числе и уплаченных налогов. Чистая прибыль определяется как разность между прибылью до налогообложения, текущим налогом на прибыль и отложенными налоговыми обязательствами, увеличенными на сумму отложенных налоговых активов. Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, по решению собственников подлежит распределению в фонд накопления и фонд потребления.

Распределение прибыли представляет собой процесс выбора направлений ее использования в соответствии с целями и задачами развития предприятия. Решения о распределении прибыли существенно влияют на следующие аспекты деятельности предприятия: увеличение доходов собственников, рост рыночной стоимости компании в процессе увеличения собственного капитала за счет реинвестирования чистой прибыли, темпы реализации инвестиционной стратегии, инвестиционную привлекательность, уровень кредитоспособности фирмы [8].

Поскольку прибыль занимает главное место в системе экономических показателей предприятия, то особую значимость приобретает анализ процесса ее формирования. В результатах анализа прибыли заинтересованы как внешние, так и внутренние пользователи информации о деятельности предприятия. Целями внешнего анализа прибыли могут быть: оценка надежности коммерческой организации как делового партнера и налогоплательщика; оценка риска и окупаемости капитала, вкладываемого инвесторами в развитие предприятия; оценка конкурентами преимущества данного предприятия и другие цели. Основной целью внутреннего анализа финансовых результатов является оценка работы предприятия по использованию возможностей увеличения прибыли [26].

Внутренний анализ прибыли предполагает решение следующих задач:

- изучение величины, динамики и структуры прибыли;
- факторный анализ прибыли;
- анализ рентабельности производственно-хозяйственной деятельности;
- выявление резервов увеличения прибыли и рентабельности;
- разработка рекомендаций по использованию выявленных резервов.

Основными источниками информации анализа прибыли и рентабельности являются данные бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности (бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах).

Анализ следует начинать с общей оценки динамики величины и состава доходов, расходов и прибыли в вертикальном и горизонтальном разрезе отчета о финансовых результатах. Горизонтальный или временной анализ проводится на основе абсолютных и относительных (темпы прироста) показателей отчета о финансовых результатах. Вертикальный (структурный) анализ выявляет структурные изменения в составе прибыли.

Важная составляющая чистой прибыли – прибыль от продаж. Факторный анализ прибыли от продаж позволяет оценить резервы повышения эффективности производства, сформировать управленческие решения по использованию производственных факторов. В экономической литературе в качестве факторов, влияющих на прибыль от продаж, выделяют изменение: объема реализованной продукции, структуры реализованной продукции, полной себестоимости продаж и оптовых цен. В общем виде факторную модель прибыли от продаж можно представить в виде формулы (1.1) [37]:

$$\Delta\Pi = \Delta\Pi_{\text{QP}} + \Delta\Pi_{\text{C}} + \Delta S + \Delta Q_z, \quad (1.1)$$

где $\Delta\Pi$ – изменение прибыли от продаж, руб.;

$\Delta\Pi_{\text{QP}}$ – прирост (уменьшение) прибыли за счет изменения объема продаж, руб.;

$\Delta\Pi_{\text{C}}$ – прирост (уменьшение) прибыли в результате изменения структуры и ассортимента реализованной продукции, руб.;

ΔS – прирост (уменьшение) прибыли за счет изменения полной себестоимости реализованной продукции, руб.;

ΔQ_z – прирост (уменьшение) прибыли за счет изменения отпускных цен, руб.

За счет расширения модели (1.1) факторную модель прибыли от продаж можно представить в следующем виде (1.2) [37]:

$$\Delta\Pi = (\Pi_0 \cdot K_1 - \Pi_0) + (\Pi_{1,0} - \Pi_0 \cdot K_1) + (S_1 - S_{1,0}) + (Q^p_1 - Q^p_{1,0}), \quad (1.2)$$

где Π_0 – прибыль от продаж за предыдущий год, руб.;

K_1 – коэффициент изменения объема реализации;

$\Pi_{1,0}$ – прибыль, полученная от фактически реализованной продукции в отчетном году в ценах и по себестоимости предыдущего года, руб.;

S_1 – фактическая полная себестоимость реализации отчетного года, руб.;

$S_{1,0}$ – полная себестоимость за отчетный год в ценах предыдущего года, руб.;

Q^p_1 – фактические продажи за отчетный год в действующих ценах, руб.;

$Q^p_{1,0}$ – фактический объем продаж за отчетный год в ценах предыдущего года, руб.

В настоящее время в условиях, характеризующихся ужесточением ресурсных ограничений, наличием внешнеполитического и санкционного давления, существенными колебаниями цен на энергоносители и резкими колебаниями инфляционных ожиданий, оперативное решение все более сложных профессиональных задач финансового менеджмента становится одновременно и инструментом антикризисного управления, и фактором адаптации предприятий к меняющимся условиям внешней среды. Особое место при этом занимают вопросы, связанные с обеспечением эффективного управления дивидендной политикой акционерных обществ. Поэтому особый интерес у акционеров вызывает показатель чистой прибыли. Для выявления основных причин изменения чистой прибыли можно использовать следующую модель (1.3) [33]:

$$\Delta\Pi_{\text{ч}} = \Delta B - \Delta C_{\text{ГР}} - \Delta P_{\text{КОМ}} - \Delta P_{\text{УПР}} + \Delta D_{\text{ГР}} - \Delta P_{\text{ГР}} - \Delta H_{\text{ТЕК}}, \quad (1.3)$$

где $\Delta\Pi_{\text{ч}}$ – прирост (уменьшение) чистой прибыли, руб.;

ΔB – прирост выручки от продаж, руб.;

$\Delta C_{\text{пр}}$ – прирост себестоимости реализованной продукции, руб.;

$\Delta R_{\text{ком}}, \Delta R_{\text{упр}}$ – изменение коммерческих и управленческих расходов, руб.;

$\Delta D_{\text{пр}}, \Delta R_{\text{пр}}$ – изменение прочих доходов и расходов, руб.;

$\Delta H_{\text{тек}}$ – прирост текущего налога на прибыль и отложенных налогов, руб.

Оценивая результаты расчетов, необходимо учитывать, что у эффективно управляемой организации основным фактором роста прибыли должна быть прибыль от продаж. В процессе анализа надо выявить факторы, положительно и отрицательно повлиявшие на прибыль и определить причины изменения тех источников прибыли.

Оценка результативности политики управления прибылью может быть определена с помощью системы коэффициентов рентабельности, которые являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности. Они измеряют эффективность предприятия, как отношение прибыли к абсолютной величине фактора, ее порождающего, – капиталу, выручке, затратам.

Особый интерес представляет более детальное изучение рентабельности продаж в целом и по отдельным видам продукции. Формула для расчета рентабельности продаж имеет следующий вид (1.4) [31]:

$$R_{\text{п}} = \frac{\text{П}}{\text{В}} \cdot 100 = \sum_{i=1}^n R_i d_i \cdot 100, \quad (1.4)$$

где $R_{\text{п}}$ – рентабельность продаж, %;

П – прибыль от продаж, руб.;

В – выручка от продаж, руб.;

R_i – рентабельность i -го вида продукции, %;

d_i – удельный вес i -го вида продукции в общем объеме, доля.

Одним из показателей экономической эффективности предприятия в целом является рентабельность активов, показывающая сколько прибыли предприятие получает в расчете на 1 руб. своего имущества. Для расчета влияния факторов на

рентабельность активов может быть использована следующая пятифакторная мультипликативная модель (1.5) [33]:

$$R_A = \frac{П_ч}{A} = \frac{ЗК}{СК} \cdot \frac{СК}{A} \cdot \frac{ОА}{ЗК} \cdot \frac{В}{ОА} \cdot \frac{П_ч}{В} = K_{ФР} \cdot K_{ФН} \cdot K_{ТЛ} \cdot Л_{ОА} \cdot R_{П}, \quad (1.5)$$

где R_A – рентабельность активов;

$П_ч$ – чистая прибыль, руб.;

A – активы, руб.;

$ЗК$ – заемный капитал, руб.;

$СК$ – собственный капитал, руб.;

$ОА$ – оборотные активы, руб.;

$В$ – выручка от продаж, руб.;

$K_{ФР}$ – коэффициент финансового рычага;

$K_{ФН}$ – коэффициент финансовой независимости (автономии);

$K_{ТЛ}$ – коэффициент текущей ликвидности;

$Л_{ОА}$ – коэффициент оборачиваемости оборотных активов;

$R_{П}$ – рентабельность продаж по чистой прибыли.

Собственный капитал рассматривается как определенная совокупность финансовых ресурсов предприятия, предоставленных ему собственниками, а также самостоятельно накопленными в течение срока существования. На практике широко используется методика факторного анализа рентабельности собственного капитала, разработанная фирмой Du Pont, которая имеет следующий математический вид (1.6) [38]:

$$R_{СК} = R_{П} \cdot O_A \cdot M_{СК}, \quad (1.6)$$

где $R_{СК}$ – рентабельность собственного капитала;

$R_{П}$ – рентабельность продаж по чистой прибыли;

O_A – ресурсоотдача или оборачиваемость средств, вложенных в активы;

$M_{СК}$ – мультипликатор (отношение активов к собственному капиталу).

Рост рентабельности собственного капитала за счет любого из факторов в

модели (1.6) является свидетельством повышения эффективности работы. Если рост происходит за счет мультипликатора, то рискованность предприятия и его зависимость от внешних источников финансирования повышается.

Таким образом, анализ прибыли является одним из важнейших аспектов исследования финансово-хозяйственной деятельности предприятия, имеющий своей целью оценку работы предприятия по использованию возможностей увеличения прибыли. Изучение состава и структуры прибыли, проведение факторного анализа прибыли, изучение показателей рентабельности финансово-хозяйственной деятельности необходимы для того, чтобы выявить соответствие внутренних резервов и возможностей предприятия обеспечению конкурентных преимуществ и удовлетворению будущих потребностей рынка, помогают конкретизировать направления коррекции управленческих решений.

1.3 Планирование прибыли как ключевой аспект управления прибылью предприятия

Функционирование любого коммерческого предприятия нацелено на получение прибыли. В общем смысле управление представляет собой процесс целенаправленного воздействия субъекта на объект для достижения определенных результатов. Объектом управления в данном случае является прибыль, субъектом управления – менеджмент предприятия. Управление прибылью предприятия представляет собой процесс выработки и принятия управленческих решений по всем основным аспектам ее формирования, распределения и использования [27].

Процесс управления прибылью включает три взаимосвязанных этапа: анализ, планирование и контроль. Планирование прибыли выступает ключевым аспектом управления прибылью предприятия и представляет собой процесс разработки системы мероприятий по обеспечению формирования прибыли в необходимом объеме и эффективному использованию в соответствии с целями и задачами развития предприятия [18].

Планировать прибыль необходимо, чтобы:

- собственники предприятия могли принимать решения по поводу дивидендной и инвестиционной политики;
- эффективно распределять средства по основным сферам хозяйственной деятельности предприятия;
- выявлять внутривозможные резервы производства, рационально использовать производственные ресурсы предприятия.

Основной целью планирования прибыли является определение возможностей предприятия в финансировании своих потребностей. Задачей финансового планирования является прогнозирование объемов прибыли плановых периодов. Объектом планирования являются планируемые элементы балансовой прибыли, главным образом прибыль от продаж [7]. Процесс планирования прибыли базируется на использовании основных систем планирования – перспективного, текущего, оперативного. В условиях стабильно развивающейся экономики прибыль планируется на период от 3 до 5 лет (перспективное планирование), при относительно стабильных ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования распространено текущее планирование в рамках 1 года. При нестабильной экономической ситуации планирование возможно на кратковременный период – квартал, полугодие (оперативное планирование).

Исходными предпосылками для разработки планов прибыли являются [12]:

- результаты анализа деятельности фирмы в отчетном и предыдущих периодах;
- результаты анализа факторов формирования прибыли предприятия за предшествующий период;
- оценка стратегии и тактики предприятия на рынке в отчетном периоде;
- планирование стратегии и тактики предприятия на будущий период, в том числе ценовая и ассортиментная политика, разработанная система материального обеспечения и сбыта продукции;
- планируемые объемы показателей финансово–хозяйственной деятельности предприятия, оказывающие влияние на формирование объема прибыли;
- действующая и планируемая система налогообложения прибыли, льготы по налогу на прибыль;

– разработанные потребности в пополнении собственных оборотных средств, развитии материально-технической базы, возмещаемых за счет прибыли.

Процесс планирования прибыли предприятия осуществляется последовательно в несколько этапов, представленных в таблице 1.2 [10].

Таблица 1.2 – Этапы планирования прибыли предприятия

| Этап | Содержание этапа | Характеристика этапа |
|--|---|--|
| Предварительный этап | | |
| 1 Определение объекта и предмета планирования | Выбор предмета и объекта планирования | Предмет – процесс планирования прибыли на предприятии Объект – прибыль предприятия |
| 2 Постановка целей и определение задач планирования | Определение целей | Цель – планирование прибыли на основе объективной информации состояния и развития предприятия |
| | Постановка задач | 1 Изучение экономических предпосылок планирования всех видов прибыли 2 Планирование общего объема прибыли и прибыли по видам деятельности 3 Разработка мероприятий по увеличению прибыли и эффективному ее использованию |
| 3 Сбор и анализ информации о состоянии и развитии прибыли и факторов ее определяющих | Определение круга необходимой информации | 1 О состоянии и развитии прибыли по общему объему и видам деятельности 2 Уровень и динамика факторов, формирующих прибыль предприятия |
| | Определение источников информации, получение информации и создание ее банка | 1 Первичная информация (опрос потребителей, работников, поставщиков) 2 Вторичная информация (бухгалтерская отчетность, статистические данные, публикации в периодической печати) |
| Основной этап | | |
| 4 Планирование прибыли | Выбор методов планирования прибыли | 1. Количественные методы 2 Качественные методы |
| | Планирование прибыли на основе выбранных методов | 1 Планирование общего объема и каждого вида прибыли 2 Расчет рентабельности предприятия 3 Планирование распределения прибыли 4 Оценка эффективности использования планируемой прибыли |
| | Выбор оптимального объема прибыли на планируемый период | 1 Выбор критериев и их обоснование 2 Оценка плановых показателей прибыли по выбранным критериям |

Окончание таблицы 1.2

| Этап | Содержание этапа | Характеристика этапа |
|--|---|--|
| Заключительный этап | | |
| 5 Определение перспектив развития и принятие управленческого решения | Предоставление результатов исследования | Результаты планирования представляются в наглядном виде (таблицы, диаграммы, расчетные коэффициенты, объяснительная записка с обоснованными выводами, отражающими реальную ситуацию и развитие объекта исследования) |
| | Принятие управленческого решения | 1 Определение приоритетных направлений увеличения и использования прибыли 2 Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины прибыли |

В экономической литературе выделяют количественные и качественные методы планирования прибыли. Среди количественных методов наибольшее распространение получили следующие методы [12]:

1) Метод прямого счета (метод на основе бюджетирования). Сущность данного метода заключается в том, что прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции (в соответствующих ценах, за вычетом НДС и акцизов) и полной ее себестоимостью. Расчет осуществляется по основной формуле нахождения прибыли (1.7):

$$П = В - S - Н = (O \cdot Ц) - (O \cdot C), \quad (1.7)$$

где П – прибыль от реализации, руб.;

В – выручка от реализации, руб.;

S – полная себестоимость продукции, руб.;

Н – налоги (НДС, акцизы), руб.;

O – объем выпуска продукции в планируемом периоде в натуральном выражении;

Ц – цена на единицу продукции (за вычетом НДС, акцизов, скидок), руб.;

C – полная себестоимость единицы продукции, руб.

Метод прямого счета при планировании прибыли показывает наилучшую эффективность при выпуске не очень большого ассортимента продукции. К достоинствам метода следует отнести простоту и надежность расчетов. В то же время недостаткам метода прямого счета относят: недостаточную ориентированность на достижение целевых показателей уровня операционной рентабельности и одновариантность планируемых показателей.

2) Аналитический метод планирования прибыли. Сущность метода заключается в том, что прибыль рассчитывается по всей продукции в целом на основании прибыли за предшествующий год (базовой прибыли), скорректированной в зависимости от действия факторов, влияющих на ее величину. К таким факторам относятся: объем реализации, уровень себестоимости, цены, налоговые ставки, рентабельность.

Исчисление прибыли аналитическим методом состоит из трех этапов:

- расчет базовой рентабельности как частного от деления ожидаемой прибыли за отчетный год на полную себестоимость товарной продукции за тот же период;
- определение объема товарной продукции в плановом периоде по себестоимости отчетного года и определение прибыли планируемого года на товарную продукцию, исходя из базовой рентабельности;
- учет влияния на плановую прибыль факторов: изменения себестоимости продукции, качества продукции, структуры выпуска, цен на продукцию.

Влияние перечисленных факторов на плановую прибыль выражается следующей формулой (1.8):

$$P_{пл} = C_{пл} \cdot P_b \pm \Delta B \pm \Delta C \pm \Delta A \pm \Delta Ц, \quad (1.8)$$

где $P_{пл}$ – планируемая прибыль от реализации, руб.;

$C_{пл}$ – полная плановая себестоимость реализованной продукции, руб.

P_b – базовая рентабельность отдельных групп продукции;

ΔB – влияние изменения товарного выпуска в сопоставимых ценах, руб.;

ΔC – влияние изменения себестоимости товарной продукции, руб.;

ΔA – влияние структурного сдвига в товарном выпуске, руб.;

$\Delta Ц$ – влияние изменения продажных цен на продукцию предприятия, руб.

Аналитический метод планирования прибыли применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также как дополнение к прямому методу в целях его проверки и контроля. Метод дает представление о факторах изменения прибыли; может применяться на любой период и не имеет ограничений в применении. Недостатки аналитического метода планирования заключаются в следующем: используется большое число показателей, участвующих в расчете; является менее точным, чем метод прямого счета; носит вероятностный характер.

3) Метод взаимосвязи выручки, затрат и прибыли (метод «директ-костинг»). Основой метода является группировка затрат на переменные и постоянные. Связь между объемом продаж и структурой издержек представлена на рисунке 1.2.

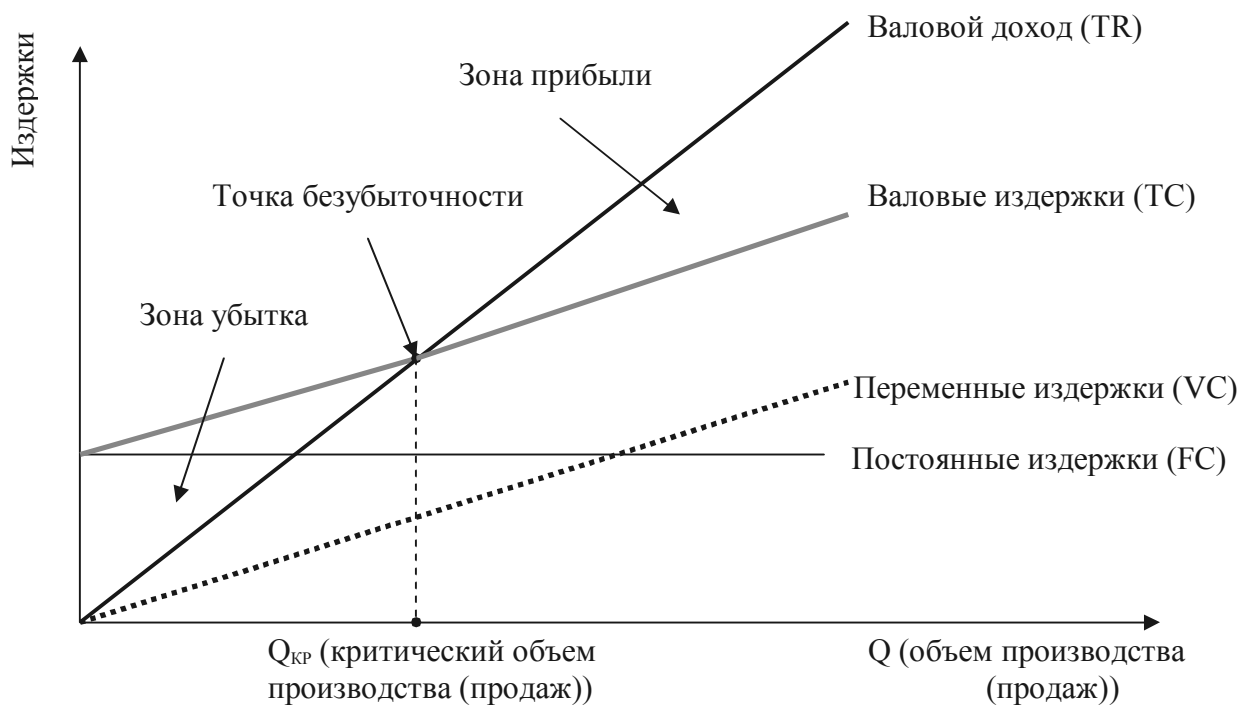


Рисунок 1.2 – Определение критического объема выручки

Предприятие будет получать прибыль, если объем продаж будет превышать критический объем выручки ($Q_{кр}$). Метод «директ-костинг» позволяет рассчитывать различные варианты прогнозных величин прибыли (от пессимистического до оптимистического), что является достоинством метода. К недостаткам метода исследователи относят то, что предприятию необходимо

знать экстремальное значение объема выручки и уровень переменных затрат, выше которого нельзя заходить, чтобы не попасть в зону убытков.

К качественным методам планирования прибыли относятся [29]:

1) Нормативный метод – основывается на расчетах плановой прибыли с помощью нормативов. В качестве нормативов обычно используются: норма прибыли на собственный капитал; норма прибыли на активы предприятия; норма прибыли на единицу реализуемой продукции.

К достоинствам нормативного метода планирования прибыли относится простота расчетов. В то же время метод имеет ряд недостатков: не увязан с другими показателями хозяйственной деятельности (затратами на производство, налоговыми платежами и др.); не может быть использован в многовариантных расчетах суммы прибыли.

2) Метод экспертных оценок – основан на использовании результатов анализа достигнутой величины исследуемого показателя, принимаемого за базу, и индексов его изменения в плановом периоде.

Указанный метод применяется тогда, когда отсутствуют технико-экономические нормативы, а взаимосвязь между основными показателями устанавливается лишь косвенно, на основе анализа их динамики и связей. Величина возможного размера прибыли при использовании данного метода определяется по следующей формуле (1.9):

$$P_B = Y_{PБ} \cdot P_{пл} \pm \Delta ПФ, \quad (1.9)$$

где P_B – величина возможного размера прибыли от реализации, руб.;

$Y_{PБ}$ – уровень рентабельности продаж, сложившейся в отчетном периоде, %;

$\Delta ПФ$ – изменение прибыли от изменения влияющих на нее факторов, руб.

Достоинством метода экспертных оценок является простота расчетов. К недостаткам метода относятся: субъективность мнений экспертов; степень влияния факторов на размер прибыли в отчетном периоде может не совпадать с их влиянием в планируемом периоде.

Результаты расчетов прибыли с использованием вышеперечисленных методов

планирования целесообразно свести в специальную таблицу для оценки их реальности, сравнения с возможностями получения соответствующего размера прибыли, и определения того объема прибыли, который станет плановым. Проверка обоснованности прогнозных расчетов прибыли может быть осуществлена с использованием индексного метода. Для прибыли считается обоснованным такое соотношение между ростом выручки от реализации и прибыли от продаж, когда последняя опережает предыдущий показатель и другие вытекающие из них. Соотношение индексов может быть представлено следующей зависимостью (1.10) [27]:

$$I_{\text{ПР}} > I_{\text{Р}} > I_{\text{ФП}} > I_{\text{ФОТ}} > I_{\text{Ч}}, \quad (1.10)$$

где $I_{\text{ПР}}$ – планируемый индекс роста прибыли;

$I_{\text{Р}}$ – планируемый индекс роста объема реализации (выручки);

$I_{\text{ФП}}$ – планируемый индекс роста фонда потребления;

$I_{\text{ФОТ}}$ – планируемый индекс роста фонда оплаты труда;

$I_{\text{Ч}}$ – планируемый индекс роста численности работников.

Плановая же прибыль не может быть меньше фактической, т.е. обязательным при разработке плана является соблюдение следующего условия (1.11):

$$P_{\text{min}} \geq P_{\text{Ф}}, \quad (1.11)$$

где $P_{\text{Ф}}$ – фактическая прибыль отчетного года, руб.

Таким образом, планирование прибыли имеет большое значение для предприятия. Основными методами планирования прибыли являются: метод прямого счета, аналитический метод, метод взаимосвязи выручки, затрат и прибыли, нормативный метод, метод экспертных оценок. Нижний предел плановой прибыли ограничен минимальным ее размером, а верхний ограничений не имеет, он всегда должен стремиться к максимуму.

Выводы по разделу один

Прибыль представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателей на вложенный капитал, основной внутренний источник развития предприятия, разницу между доходами и затратами на осуществление деятельности. Прибыль характеризуется многообразием обличей, в которых она выступает. Под общим понятием «прибыль предприятия» понимают самые различные ее виды, характеризующиеся в настоящее время несколькими десятками терминов. Все виды прибыли предприятия дают представление о его рыночной стоимости, кредитоспособности, конкурентоспособности. Сущность прибыли проявляется в ее функциях: оценочной, фискальной, контрольной, компенсационно-гарантийной, развивающей, капиталобразующей, имиджевой.

Важной функцией управления прибылью является ее анализ, главная цель которого заключается в определении причин, влияющих на любое изменение в структуре и количестве получаемого предприятием дохода. К этому можно отнести выявление скрытых резервов и непосредственной разработке управленческих и стратегических решений, направленных на мобилизацию и повышения качественной составляющей выявленных скрытых резервов. Основными этапами анализа прибыли являются: анализ состава и динамики прибыли, факторный анализ прибыли, анализ рентабельности.

Расчеты планируемой прибыли важны не только для самого предприятия, но и для акционеров, инвесторов, поставщиков, кредиторов, банков, связанных с деятельностью данного предприятия. Поэтому планирование оптимального размера прибыли в современных условиях – важнейший фактор успешной деятельности предприятия. В экономической литературе выделяют количественные и качественные методы планирования прибыли. Среди количественных методов наибольшее распространение получили методы прямого счета, аналитический, взаимосвязи выручки, затрат и прибыли. Среди качественных методов планирования прибыли наиболее распространены нормативный метод и метод экспертных оценок.

2 АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ АО «КАНОПУС»

2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика предприятия

Закрытое акционерное общество «Канопус» (сокращенное наименование ЗАО «Канопус») зарегистрировано 11 июля 2007 г. Инспекцией Федеральной Налоговой Службы по г. Златоусту. Адрес компании: г. Златоуст, ул. 40–летия Победы, д. 60.

ЗАО «Канопус» входит в Группу компаний «Канопус», образованную специалистами ракетно-космического комплекса и кафедры «Электропривод» Челябинского Государственного Технического Университета в 1992 г. Компания осуществляет разработку и производство электрооборудования для трамвая и троллейбуса, производство энергосберегающего оборудования для городского электротранспорта и городского энергохозяйства с использованием передовых достижений науки и техники в области современных электронных технологий.

Основным учредительным документом Общества является Устав. В соответствии с Уставом целями деятельности Общества являются расширение рынка товаров и услуг и извлечение прибыли. Миссия предприятия заключается в удовлетворении непрерывно растущих и изменяющихся требований потребителей к разрабатываемой и применяемой аппаратуре по техническим характеристикам, сокращению сроков их разработки, технической поддержке изделий на всех жизненных циклах.

Уставный капитал Общества составляет 10 000 руб. и состоит из номинальной стоимости акций, приобретенных акционерами (размещенных акций). Уставный капитал Общества разделен на 10 000 обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 1 руб. каждая. Поскольку ЗАО «Канопус» является непубличной компанией, то все его акции распределены только среди учредителей, количество акционеров – 3 (физические лица).

Организационная структура управления Общества представлена на рисунке 2.1. Органами управления и контроля Общества являются: Собрание акционеров, Исполнительный орган, Ревизионная комиссия.



Рисунок 2.1 – Организационная структура управления ЗАО «Канопус»

Высшим органом управления Обществом является Общее собрание акционеров, к исключительной компетенции которого относятся: внесение изменений и дополнений в Устав, избрание Исполнительного органа и Ревизионной комиссии, утверждение аудитора Общества, утверждение годовых отчетов, бухгалтерских балансов, счета прибылей и убытков, распределение прибылей и убытков, реорганизация и ликвидация Общества.

Руководство текущей деятельностью осуществляется исполнительным органом – Генеральным директором, к компетенции которого относятся все вопросы руководства текущей деятельностью Общества. В решении оперативных вопросов Генеральный директор действует на основе единоначалия.

Для осуществления контроля за финансово–хозяйственной деятельностью Общества общим собранием акционеров избирается ревизионная комиссия в составе 3 членов. Компетенция, порядок деятельности ревизионной деятельности

Общества определяется Положением «О ревизионной комиссии ЗАО «Канопус», утвержденного Общим собранием акционеров и Уставом Общества.

Организационная структура Общества включает в себя следующие функциональные блоки:

– Инженерный центр – осуществляет деятельность в области научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ по созданию конкурентоспособных изделий в соответствии с технической политикой Общества. Инженерный центр возглавляет начальник инженерного центра.

– Производственный, включающий в себя участки основного и вспомогательного производств, технические службы. Руководство блоком входит в компетенцию главного инженера.

– Маркетинговый – включает в себя отдел маркетинга, отдел снабжения и отдел отгрузки. На основе изучения рынка и маркетингового анализа формирует перспективную ассортиментную политику, развивает торгово-коммерческую деятельность. Руководит блоком коммерческий директор.

– Финансовый, включающий в себя финансово-экономические службы, ведущий оперативный бухгалтерский учет и отчетность Общества. Руководство блоком входит в компетенцию финансового директора.

Деятельность компании ориентирована на потребности Усть-Катавского вагоностроительного завода. Компания также активно взаимодействует в администрацией Златоустовского городского округа и администрациями Челябинска и других муниципальных округов Челябинской области.

Основными видами продукции ЗАО «Канопус» являются:

– электрооборудование для трамвая – преобразователи тяговые, пульта водителя, линии освещения, приводы дверные и др.;

– электрооборудование для троллейбуса – преобразователи тяговые, блоки с автоматическими выключателями, блоки коммутации высоковольтные, бортовые преобразователи, ящики с тормозными резисторами, пульта водителя, локальные коммутаторы и др.;

– энергосберегающее оборудование – преобразователи напряжения, оптоволоконные датчики, измерительные системы для мониторинга и др.

Технико-экономические показатели предприятия представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Анализ технико-экономических показателей деятельности

ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Показатель | Период, годы | | | Изменение по годам | | Темп изменения по годам, % | |
|---|--------------|--------|--------|--------------------|--------|----------------------------|--------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| 1 Объемы производства продукции | 46 749 | 50 684 | 54 500 | 3 935 | 3 816 | 8,42 | 7,53 |
| 2 Выручка от реализации продукции | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3 762 | 3 437 | 8,62 | 7,25 |
| 3 Полная себестоимость реализованной продукции | 39 225 | 42 635 | 45 798 | 3 410 | 3 163 | 8,69 | 7,42 |
| 4 Затраты на 1 руб. реализованной продукции, коп. (стр. 3/стр. 2 × 100) | 89,88 | 89,94 | 90,08 | 0,06 | 0,14 | 0,07 | 0,16 |
| 5 Прибыль от продаж | 4 417 | 4 769 | 5 043 | 352 | 274 | 7,97 | 5,75 |
| 6 Рентабельность продаж, % (стр. 5/стр. 2 × 100) | 10,12 | 10,06 | 9,92 | –0,06 | –0,14 | –0,59 | –1,39 |
| 7 Чистая прибыль | 3 913 | 4 349 | 4 576 | 436 | 227 | 11,14 | 5,22 |
| 8 Активы, всего, из них: | 34 107 | 37 883 | 48 357 | 3 776 | 10 474 | 11,07 | 27,65 |
| 8.1 Основные средства | 7 495 | 9 551 | 14 325 | 2 056 | 4 774 | 27,43 | 49,98 |
| 8.2 Оборотные средства | 26 481 | 27 757 | 33 197 | 1 276 | 5 440 | 4,82 | 19,60 |
| 9 Рентабельность активов, % (стр. 7/стр. 8 × 100) | 11,47 | 11,48 | 9,46 | 0,01 | –2,02 | 0,09 | –17,60 |
| 10 Фондоотдача основных средств, руб./руб. (стр. 1/стр. 8.1) | 6,24 | 5,31 | 3,80 | –0,93 | –1,51 | –14,90 | –28,44 |
| 11 Коэффициент годности основных средств | 0,682 | 0,711 | 0,804 | 0,083 | 0,093 | 12,17 | 13,08 |
| 12 Период оборота оборотных средств, дни (360 / (стр. 2/стр. 8)) | 218 | 211 | 235 | –7 | 24 | –3,21 | 11,37 |
| 13 Среднесписочная численность персонала, чел. | 76 | 72 | 69 | –4 | –3 | –5,26 | –4,17 |
| 14 Производительность труда, тыс. руб./чел. (с.1/с.13) | 615 | 704 | 790 | 89 | 86 | 14,47 | 12,22 |

Окончание таблицы 2.1

В тысячах рублей

| Показатель | Период, годы | | | Изменение по годам | | Темп изменения по годам, % | |
|---|--------------|--------|--------|--------------------|------|----------------------------|-------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| 15 Фондовооруженность труда, тыс. руб./чел. (стр. 8.1/стр. 13) | 99 | 133 | 208 | 34 | 75 | 34,34 | 56,39 |
| 16 Фонд оплаты труда | 22 040 | 22 104 | 22 149 | 64 | 45 | 0,29 | 0,20 |
| 17 Среднегодовая заработная плата на одного работника, тыс. руб./чел. (стр. 16/стр. 13) | 290 | 307 | 321 | 17 | 14 | 5,86 | 4,56 |

По данным таблицы 2.1 отметим положительные тенденции, происходящие в деятельности ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

1) Увеличение финансовых результатов. За 2014–2015 гг. выручка от продаж увеличилась на 3 762 тыс. руб. или на 8,62 %; прибыль от продаж – на 352 тыс. руб. или на 7,97 %; чистая прибыль – на 436 тыс. руб. или на 11,14 %. С 2015 г. по 2016 г. увеличение выручки составило 3437 тыс. руб. или 7,25 %; прибыли от продаж – 274 тыс. руб. или 5,75 %; чистой прибыли – 233 тыс. руб. или 5,36 %.

2) Увеличение имущественного потенциала предприятия – стоимость активов за 2014–2015 гг. возросла на 3 776 тыс. руб. или на 11,07 %; за 2015–2016 гг. – на 10 474 тыс. руб. или на 27,65 %.

3) Повышение коэффициента годности основных средств: удельный вес пригодных для дальнейшего использования (неамортизированных) основных средств за период 2014–2016 гг. возрос с 68,2 % до 80,4 %.

4) Повышение фондовооруженности труда с 99 тыс. руб./чел. в 2014 г. до 208 тыс. руб./чел. в 2016 г., что показывает увеличение оснащенности работников основными средствами.

5) Повышение производительности труда на 14,47 % за 2014–2015 гг. и на 12,22 % за 2015–2016 гг. и рост зарплаты на 5,86 % за 2015–2016 гг. и на 4,56 % за 2015–2016 гг., т.е. темпы прироста производительности труда опережают темпы прироста его оплаты, что ведет к относительной экономии фонда оплаты труда.

В качестве отрицательных моментов необходимо отметить:

1) Увеличение затрат на 1 руб. реализованной продукции с 89,88 коп. в 2014 году до 90,08 коп. в 2016 г.

2) Снижение рентабельности продаж за 2014–2016 гг. с 10,12 % до 9,92 %, что стало следствием увеличения затрат на производство и реализацию продукции.

3) Снижение рентабельности активов за 2014–2016 гг. с 11,47 % до 9,46 %, что говорит о снижении прибыли, полученного с каждого рубля, вложенного в активы.

4) Сокращение фондоотдачи основных средств с 6,24 руб./руб. в 2014 г. до 3,80 руб./руб. в 2016 г., и увеличение периода оборота оборотных средств (что равнозначно замедлению их оборачиваемости) с 218 до 235 дней, что свидетельствует о снижении эффективности использования основных и оборотных средств и активов предприятия в целом.

Оценка финансового состояния предприятия проводится по показателям, представленным в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Оценка финансового состояния ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Показатель | Период, годы | | | Изменение по годам | |
|--|--------------|--------|--------|--------------------|--------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| 1 Активы, всего, из них: | 34 107 | 37 883 | 48 357 | 3 776 | 10 474 |
| 1.1 Внеоборотные активы | 7 626 | 10 126 | 15 160 | 2 500 | 5 034 |
| 1.2 Оборотные активы, всего, в том числе: | 26 481 | 27 757 | 33 197 | 1 276 | 5 440 |
| 1.2.1 Запасы и НДС | 15 798 | 13 522 | 18 096 | −2 276 | 4 574 |
| 1.2.2 Дебиторская задолженность | 8 698 | 12 898 | 13 806 | 4 200 | 908 |
| 1.2.3 Денежные средства и эквиваленты | 1 985 | 1 337 | 1 295 | −648 | −42 |
| 2 Собственный капитал | 15 685 | 18 685 | 22 285 | 3 000 | 3 600 |
| 3 Краткосрочные обязательства | 18 422 | 19 198 | 26 072 | 776 | 6 874 |
| 4 Собственные оборотные средства (стр. 2 – стр. 1.1) | 8 059 | 8 559 | 7 125 | 500 | −1434 |
| 5 Коэффициент автономии (стр. 2/стр. 1) | 0,460 | 0,493 | 0,461 | 0,033 | −0,032 |
| 6 Коэффициент финансового левериджа (стр. 3/ стр. 2) | 1,174 | 1,027 | 1,170 | −0,147 | 0,143 |

Окончание таблицы 2.2

В тысячах рублей

| Показатель | Период, годы | | | Изменение по годам | |
|---|--------------|-------|-------|--------------------|--------|
| | | | | | |
| 7 Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами (стр. 4/стр. 1.2) | 0,304 | 0,308 | 0,215 | 0,004 | -0,093 |
| 8 Коэффициент маневренности собственного капитала (стр. 4/стр. 2) | 0,514 | 0,458 | 0,320 | -0,056 | -0,138 |
| 9 Коэффициент текущей ликвидности (стр. 1.2/стр. 3) | 1,437 | 1,446 | 1,273 | 0,009 | -0,173 |
| 10 Коэффициент быстрой ликвидности ((стр. 1.2.2 + стр. 1.2.3)/стр. 3) | 0,580 | 0,741 | 0,579 | 0,161 | -0,162 |
| 11 Коэффициент абсолютной ликвидности (стр. 1.2.3/стр. 3) | 0,108 | 0,070 | 0,050 | -0,038 | -0,020 |
| 12 Чистая прибыль | 3913 | 4343 | 4576 | 430 | 233 |
| 13 Рентабельность собственного капитала, % (стр. 12/стр. 2 × 100) | 24,95 | 23,28 | 20,53 | -1,67 | -2,71 |

По данным таблицы 2.2 финансовое состояние предприятия следует охарактеризовать как неустойчивое по следующим основаниям. Удельный вес собственного капитала в источниках финансирования недостаточен для обеспечения финансовой устойчивости (0,461 в 2016 г. в соответствии с коэффициентом автономии при нормативе более 0,5). Соответственно доля заемного капитала превышает допустимые границы (1,170 в 2016 г. в соответствии с коэффициентом финансового левериджа при нормативе менее 1,0). Коэффициенты ликвидности, характеризующие платежеспособность предприятия на временном интервале до 3 мес., в большинстве своем снижаются и не удовлетворяют нормативно рекомендуемым значениям: по состоянию на 31.12.2016 коэффициент текущей ликвидности имеет значение 1,273 (норматив 2,0); коэффициент быстрой ликвидности составляет 0,579 (норматив 0,8); коэффициент абсолютной ликвидности имеет значение 0,050 (норматив более 0,1). Рентабельность собственного капитала снижается на протяжении всего анализируемого периода (с 24,95 % в 2014 г. до 20,53 % в 2016 г.), что говорит о снижении отдачи от каждого рубля, вложенного собственниками в деятельность

предприятия. В то время как повышение рентабельности собственного капитала и повышение финансовой устойчивости является важнейшими задачами каждого предприятия. Вместе с тем, предприятие обладает достаточным объемом собственных оборотных средств за счет которых финансируется значительная доля оборотных активов (21,5 % по состоянию на 31.12.2016), а также свободно в маневрировании собственным капиталом.

Таким образом, являясь участником рынка электрооборудования для городского электротранспорта и городского энергохозяйства ЗАО «Канопус» на протяжении 2014–2016 гг. достаточно успешно развивалось, увеличивая ежегодно объемы продаж своей продукции в стоимостном выражении порядка 8 %. В то же время основные показатели рентабельности сокращаются, что в общем позволяет говорить о снижении эффективности деятельности: основная причина снижения рентабельности – это повышение удельных затрат и неэффективное инвестирование средств в активы. Предприятие находится в неустойчивом финансовом состоянии, испытывает зависимость от заемных источников средств и трудности в погашении краткосрочных платежных обязательств перед контрагентами.

2.2 Анализ прибыли предприятия

Анализ прибыли предприятия начинается с изучения объема, структуры и динамики финансовых результатов по данным аналитического отчета о финансовых результатах, представленного в приложении В.

В соответствии с приложением В деятельность ЗАО «Канопус» на протяжении 2014–2016 гг. была прибыльной. В 2015 г. по сравнению с 2014 г. предприятие смогло увеличить прибыль от продаж на 352 тыс. руб., что соответствует темпам ее прироста в 7,97 %, а в 2016 г. по сравнению с 2015 г. прирост прибыли от продаж составил 274 тыс. руб. или 5,75 %.

Сравнивая динамику прибыли от продаж и выручки от реализации продукции,

можно сказать, что наблюдается негативная тенденция отстающих темпов прироста прибыли от продаж по сравнению с выручкой от продаж, что ведет не только к замедлению темпов роста прибыли, но и к снижению рентабельности производства. Основной причиной сложившейся динамики показателей в 2015 году явились опережающие по сравнению с выручкой от продаж (8,62 %) темпы прироста коммерческих расходов (21,02 %) и управленческих (10,10 %) расходов. В 2016 г. руководству предприятия удалось замедлить темпы прироста управленческих расходов (6,79 %), однако прирост себестоимости реализованной продукции (7,39 %) и коммерческих расходов (9,13 %) опережал темпы прироста выручки от продаж (7,25 %). Следовательно, снижение уровня себестоимости реализованной продукции, а также уровня коммерческих и управленческих расходов необходимо рассматривать как важнейшие резервы увеличения прибыли от продаж. Конкретные направления (статьи и элементы затрат) снижения расходов необходимо установить в ходе последующего факторного анализа прибыли.

Рассматривая динамику прибыли до налогообложения по данным приложения В, можно увидеть, что за период 2014–2015 гг. она увеличилась в большей степени, чем прибыль от продаж (на 506 тыс. руб. или на 10,99 % по сравнению с 352 тыс. руб. или 7,97 %). Положительное влияние на прибыль до налогообложения оказало снижение суммы по статье «Проценты к уплате», как следствие сокращения заемных (кредитных) обязательств предприятия перед банками и увеличение прочих доходов. За период 2015–2016 гг. прибыль до налогообложения по сумме также превысила прибыль от продаж (5 383 тысячи рублей по сравнению с 5 043 тыс. руб.), однако темпы ее прироста по сравнению с прибылью от продаж замедлились в результате значительного увеличения суммы процентов, подлежащих к уплате за пользование кредитами (на 70,83 %) и прочих расходов (на 38,84 %), что ограничивало рост прибыли до налогообложения, в результате чего ее прирост составил 5,36 %, что ниже темпов прироста прибыли от продаж (5,75 %).

Динамика финансовых результатов представлена на рисунке 2.2.

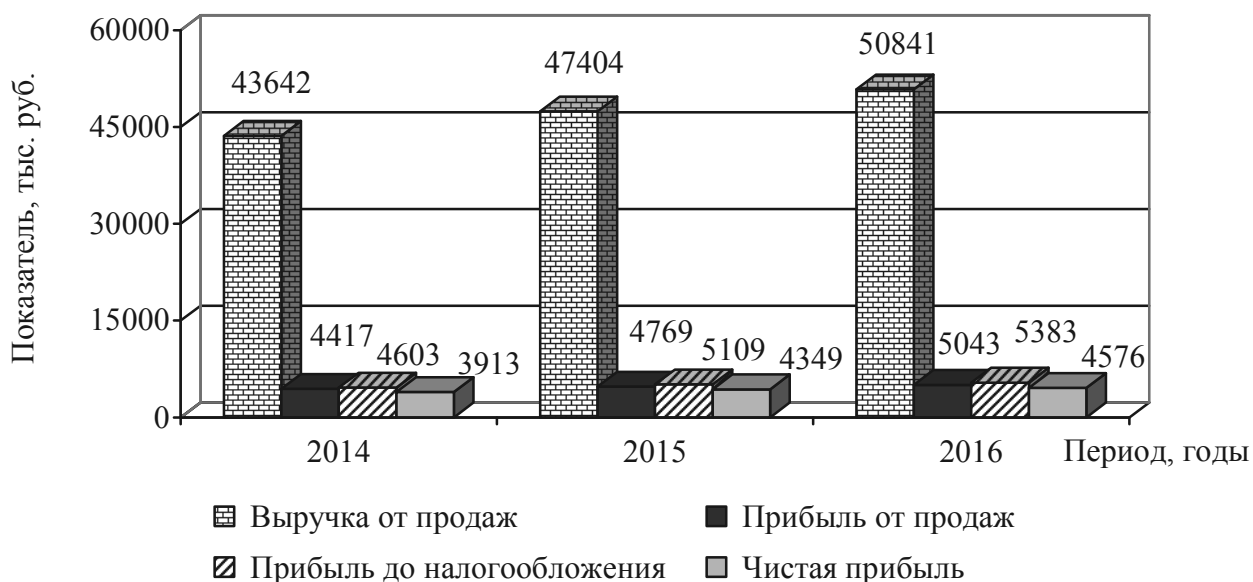


Рисунок 2.2 – Динамика финансовых результатов ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

На рисунке 2.3 представлена относительная динамика финансовых результатов предприятия (темпов роста).

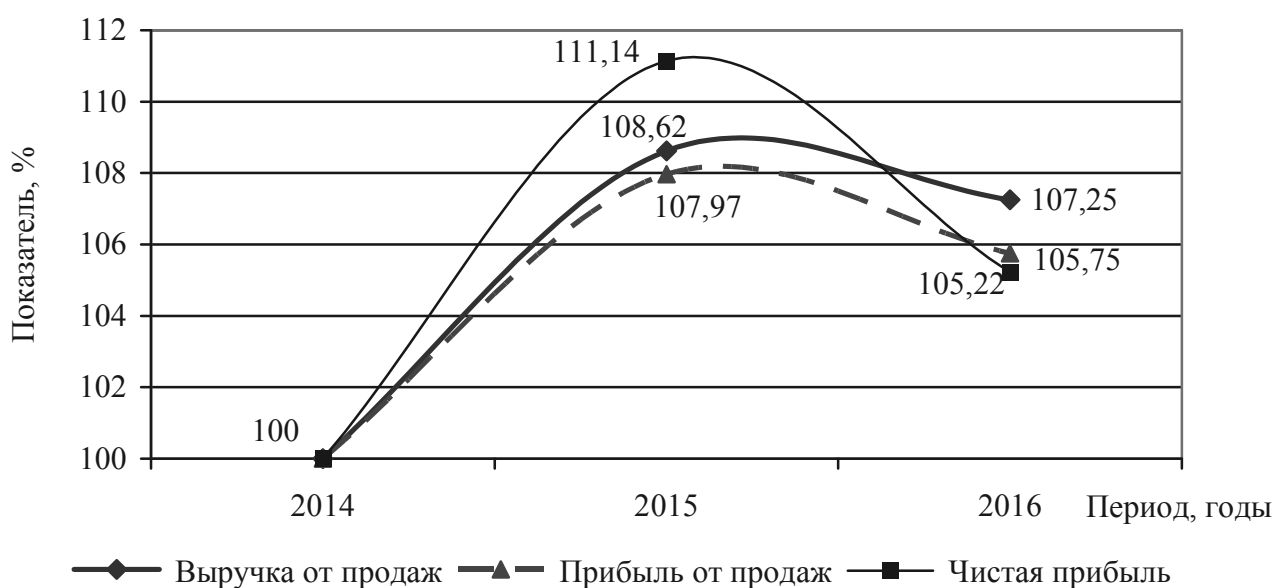


Рисунок 2.3 – Сравнительная динамика темпов роста выручки от продаж и прибыли ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

Рассматривая структуру финансовых результатов по данным приложения В через удельные веса статей отчета о финансовых результатах в выручке от продаж

можно сделать вывод о снижении уровня прибыли от продаж с 10,12 % в 2014 году до 9,92 % в 2016 г. Причину этой негативной тенденции также можно проследить по данным отчета о финансовых результатах. Так, за период 2014–2015 гг. уровень коммерческих расходов увеличился с 5,08 % до 5,66 %, управленческих расходов с 11,80 % до 11,96 %, что стало основной причиной снижения уровня прибыли от продаж (рентабельности продаж). За период 2015–2016 гг. основной причиной снижения уровня прибыли от продаж стал рост удельного веса себестоимости продаж (с 72,32 % до 72,41 %) и коммерческих расходов (с 5,66 % до 5,76 %) в выручке от продаж.

За период 2014–2015 гг. произошло увеличение удельного веса чистой прибыли в выручке от продаж (с 8,97 % до 9,17 %) в основном благодаря повышению уровня прочих доходов. За период 2015–2016 гг. уровень чистой прибыли в выручке снизился (с 9,17 % до 9,0 %) в результате повышения уровня процентов к уплате и прочих расходов.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что предприятие на протяжении 2014–2016 гг. снижало эффективность деятельности, что проявлялось с сокращением уровня прибыли от продаж и чистой прибыли в 2016 г., даже несмотря на то, что продажи продукции увеличивались.

В таблице 2.4 представлены исходные и аналитические показатели, отражающие состав, структуру и динамику доходов и расходов предприятия.

По данным таблицы 2.4 общая величина доходов предприятия в 2015 году составила 48 046 тыс. руб., что на 4 014 тыс. руб. или на 9,12 % больше, чем в 2014 году. А 2016 г. доходы предприятия составили 51 615 тыс. руб., что на 3 569 тысяч рублей или на 7,43 % выше показателя 2015 г. В структуре доходов наибольший удельный вес занимают доходы от обычной деятельности, удельный вес выручки от продаж в структуре доходов за исследуемый период отклонялся незначительно с 99,11 % в 2014 г. до 98,50 % в 2016 г. Прочие доходы занимают незначительный удельный вес в структуре доходов (1,50 % в 2016 г.), на протяжении всего периода они имеют положительную динамику, увеличившись в

2015 г. на 252 тысяч рублей или на 0,45 %, а в 2016 г. на 132 тыс. руб. или на 0,16 %. Такое соотношение доходов от обычной деятельности и прочих доходов следует признать положительным, характеризующим высокое качество доходов, которые в своем большинстве представлены выручкой от продажи продукции. Получение прочих видов доходов также способствует росту прибыли предприятия, но вместе с тем имеет эпизодический характер.

Таблица 2.4 – Анализ состава, структуры и динамики доходов и расходов
ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

| Показатель | Период, годы | | | | | | Изменение по годам | | | | Темп изменения по годам, % | |
|--|--------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|--------------------|-------------|-----------|-------------|----------------------------|-------|
| | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | 2016 |
| | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | | |
| 1 Доходы, всего, в том числе: | 44 032 | 100 | 48 046 | 100 | 51 615 | 100 | 4 014 | 0 | 3 569 | 0 | 9,12 | 7,43 |
| 1.1 Выручка от продаж | 43 642 | 99,11 | 47 404 | 98,66 | 50 841 | 98,50 | 3 762 | -0,45 | 3437 | -0,16 | 8,62 | 7,25 |
| 1.2 Прочие доходы | 390 | 0,89 | 642 | 1,34 | 774 | 1,50 | 252 | 0,45 | 132 | 0,16 | 64,62 | 20,56 |
| 2 Расходы, всего, в том числе: | 40 119 | 100 | 43 697 | 100 | 47 039 | 100 | 3 578 | 0 | 3 342 | 0 | 8,92 | 7,65 |
| 2.1 Себестоимость реализованной продукции | 31 858 | 79,41 | 34 282 | 78,45 | 36 815 | 78,26 | 2 424 | -0,96 | 2 533 | -0,19 | 7,61 | 7,39 |
| 2.2 Коммерческие расходы | 2 217 | 5,53 | 2 683 | 6,14 | 2 928 | 6,22 | 466 | 0,61 | 245 | 0,08 | 21,02 | 9,13 |
| 2.3 Управленческие расходы | 5 150 | 12,84 | 5 670 | 12,98 | 6 055 | 12,87 | 520 | 0,14 | 385 | -0,11 | 10,10 | 6,79 |
| 2.4 Проценты к уплате | 82 | 0,20 | 72 | 0,16 | 123 | 0,26 | -10 | -0,04 | 51 | 0,10 | -12,20 | 70,73 |
| 2.5 Прочие расходы | 122 | 0,30 | 224 | 0,51 | 311 | 0,67 | 102 | 0,21 | 87 | 0,16 | 83,61 | 38,84 |
| 2.6 Налог на прибыль | 690 | 1,72 | 766 | 1,76 | 807 | 1,72 | 76 | 0,04 | 41 | -0,04 | 11,01 | 5,35 |
| 3 Чистая прибыль | 3 913 | - | 4 349 | - | 4 576 | - | 436 | - | 227 | - | 11,14 | 5,22 |
| 4 Коэффициент соотношения доходов и расходов (стр. 1/стр. 2) | 1,0975 | - | 1,0995 | - | 1,0973 | - | 0,002 | - | -0,0022 | - | 0,18 | -0,20 |

Расходы предприятия также возросли. Их общая величина в 2015 г. составила 43 697 тыс. руб., что на 3 578 тыс. руб. или на 8,92 % больше чем в 2014 г.; за период 2015–2016 гг. увеличение расходов составило 3 342 тыс. руб. или 7,65 %. Рост совокупных расходов предприятия за период 2015–2016 гг. следует признать недостаточно обоснованным, т.к. он опережал рост совокупных доходов, что отрицательно повлияло на прибыль. Наибольшее увеличение расходов за этот период наблюдается по себестоимости реализованной продукции (на 2 533 тысячи рублей или на 7,39 %), коммерческим расходам (на 245 тыс. руб. или на 9,13 %), процентам к уплате (на 51 тыс. руб. или на 70,73 %), прочим расходам (на 87 тысяч рублей или на 38,84 %). Существенный рост коммерческих расходов на протяжении всего анализируемого периода требует привлечения дополнительной информации, которая позволит установить непосредственные причины роста указанных расходов. Может оказаться, что существенную роль оказали такие факторы, как реклама продукции, маркетинговые исследования, представительские расходы, цель которых – продвижение продукции на рынке, активизация продаж в будущем, поэтому эффективность коммерческих и управленческих расходов может быть получена в перспективе.

Коэффициент соотношения всех доходов и расходов превышает единицу, то есть доходы выше расходов, что привело к получению чистой прибыли, которая в 2015 г. возросла на 436 тыс. руб. или на 11,14 %, а в 2016 г. на 227 тыс. руб. или на 5,22 %. Однако коэффициент соотношения доходов и расходов за период 2015–2016 гг. снизился, что свидетельствует об опережающем темпе прироста расходов предприятия над его доходами.

Доходы и расходы – две составляющие, формирующие показатель прибыли. Основной доход предприятие получает в виде выручки от реализации продукции. В процессе анализа целесообразно исследовать хозяйственный портфель предприятия и оценить эффективность руководства в использовании важнейшего внутреннего фактора формирования прибыли – формирование оптимальной ассортиментной структуры реализуемых товаров.

Показатели анализа хозяйственного портфеля представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Анализ формирования выручки от реализации по основным видам продукции ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Вид продукции | Период, годы | | | Изменение по годам | | Удельный вес по годам, % | | | Доля влияния вида продукции на изменение выручки по годам, % | |
|--|--------------|--------|--------|--------------------|-------|--------------------------|------|------|--|--------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Преобразователи напряжения: тяговые, бортовые | 14 620 | 15 691 | 16 879 | 1 071 | 1 188 | 33,5 | 33,1 | 33,2 | 28,47 | 34,56 |
| Линии освещения | 9 907 | 10 144 | 11 134 | 237 | 990 | 22,7 | 21,4 | 21,9 | 6,30 | 28,80 |
| Пульты водителя | 7 637 | 8 391 | 8 846 | 754 | 455 | 17,5 | 17,7 | 17,4 | 20,04 | 13,24 |
| Блоки: с автоматическими выключателями, коммутации | 4 233 | 4 172 | 4 321 | -61 | 149 | 9,7 | 8,8 | 8,5 | -1,62 | 4,34 |
| Приводы дверные | 2 357 | 2 655 | 2 084 | 298 | -571 | 5,4 | 5,6 | 4,1 | 7,92 | -16,61 |
| Локальные коммутаторы | 1 091 | 1 469 | 1 271 | 378 | -198 | 2,5 | 3,1 | 2,5 | 10,05 | -5,76 |
| Датчики оптоволоконные | 1 178 | 1 612 | 2 491 | 434 | 879 | 2,7 | 3,4 | 4,9 | 11,54 | 25,57 |
| Измерительные системы мониторинга | 1 353 | 1 849 | 2 746 | 496 | 897 | 3,1 | 3,9 | 5,4 | 13,18 | 26,10 |
| Прочие виды продукции | 1 266 | 1 421 | 1 069 | 155 | -352 | 2,9 | 3,0 | 2,1 | 4,12 | -10,24 |
| Итого выручка от продаж, из нее по видам оборудования: | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3 762 | 3 437 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| – трамвайное | 27 145 | 28 158 | 29 284 | 1 013 | 1 126 | 62,2 | 59,4 | 57,6 | 26,93 | 32,76 |
| – троллейбусное | 11 521 | 9 955 | 8 999 | -1 566 | -956 | 26,4 | 21,0 | 17,7 | -41,63 | -27,81 |
| – энерго-сберегающее | 4 976 | 9 291 | 12 558 | 4 315 | 3 267 | 11,4 | 19,6 | 24,7 | 114,70 | 95,05 |

По данным таблицы 2.5 предприятие увеличило выручку от реализации продукции на 3 762 тыс. руб. в 2015 г. и на 3 437 тыс. руб. в 2016 г. Наибольший объем выручки обеспечивают такие виды продукции как преобразователи напряжения, линии освещения и пульты водителя, на их долю в 2016 году приходилось более 70 % всех продаж. Структура выручки меняется в сторону увеличения объемов реализации энергосберегающего оборудования, удельный вес которого в выручке от реализации за период 2014–2016 гг. увеличился с 11,4 % до 24,7 %. Одновременно сокращается удельный вес продаж электрооборудования для трамваев (с 62,2 % до 57,6 %) и троллейбусов (с 26,4 % до 17,7 %). Предприятие активно развивает разработки и выпуск энергосберегающего оборудования, пользующегося спросом у предприятий городского электротранспорта, так как проблема энергосбережения в настоящее время отнесена к стратегическим задачам государства, регионов, муниципалитетов и отдельных хозяйствующих субъектов, являясь одновременно и основным реальным способом сохранения доходов бюджетов и населения.

Рассматривая влияние отдельных видов продукции на выручку от продаж, видно, что именно преобразователи напряжения обеспечили наибольший прирост выручки от реализации (28,47 % в 2015 г. и 34,56 % в 2016 г.). Всего за счет продаж энергосберегающего оборудования в 2015 году обеспечено 114,70 %, а в 2016 г. 95,05 % прироста выручки от реализации продукции.

Анализ формирования прибыли от продаж проводится в таблице 2.6.

Данные таблицы 2.6 показывают, что наибольший прирост прибыли от продаж предприятием в 2015 г. получен от реализации таких видов продукции, как преобразователи напряжения: тяговые, бортовые (39,36 %) и пульты водителя (25,57 %). В 2016 г. доля влияния продуктовых групп на прибыль от продаж изменилась. Несмотря на то, что основную прибыль предприятия продолжало получать от реализации преобразователей напряжения (35,77 %), пульты водителя потеряли свои позиции (6,57 %), в то время как значительный удельный вес в

прибыли от продаж стали занимать такие виды продукции, как датчики оптоволоконные (33,21 %) и измерителя системы мониторинга (34,67 %).

Таблица 2.6 – Анализ формирования прибыли от продаж по основным видам продукции ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Вид продукции | Период, годы | | | Изменение по годам | | Удельный вес по годам, % | | | Доля влияния вида продукции на изменение прибыли по годам, % | |
|--|--------------|-------|-------|--------------------|------|--------------------------|------|------|--|--------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Преобразователи напряжения: тяговые, бортовые | 1 489 | 1 617 | 1 715 | 128 | 98 | 33,7 | 33,9 | 34,0 | 36,36 | 35,77 |
| Линии освещения | 994 | 1 030 | 1 094 | 36 | 64 | 22,5 | 21,6 | 21,7 | 10,23 | 23,36 |
| Пульты водителя | 764 | 854 | 872 | 90 | 18 | 17,3 | 17,9 | 17,3 | 25,57 | 6,57 |
| Блоки: с автоматическими выключателями, коммутации | 437 | 410 | 419 | –27 | 9 | 9,9 | 8,6 | 8,3 | –7,67 | 3,28 |
| Приводы дверные | 225 | 238 | 202 | 13 | –36 | 5,1 | 5,0 | 4,0 | 3,69 | –13,14 |
| Локальные коммутаторы | 97 | 153 | 131 | 56 | –22 | 2,2 | 3,2 | 2,6 | 15,91 | –8,03 |
| Датчики оптоволоконные | 137 | 176 | 267 | 39 | 91 | 3,1 | 3,7 | 5,3 | 11,08 | 33,21 |
| Измерительные системы мониторинга | 141 | 172 | 267 | 31 | 95 | 3,2 | 3,6 | 5,3 | 8,81 | 34,67 |
| Прочие виды продукции | 133 | 119 | 76 | –14 | –43 | 3,0 | 2,5 | 1,5 | –3,98 | –15,69 |
| Итого прибыль от продаж, из нее по видам оборудования: | 4 417 | 4 769 | 5 043 | 352 | 274 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| – трамвайное | 2 818 | 2 880 | 2 834 | 62 | –46 | 63,8 | 60,4 | 56,2 | 17,61 | –16,79 |
| – троллейбусное | 1 051 | 835 | 756 | –216 | –79 | 23,8 | 17,5 | 15,0 | –61,36 | –28,83 |
| – энерго-сберегающее | 548 | 1 054 | 1 453 | 506 | 399 | 12,4 | 22,1 | 28,8 | 143,75 | 145,62 |

Эти обстоятельства позволяют оценивать данные виды продукции как наиболее прибыльные, относительно которых стратегия предприятия должна предусматривать инвестиции в продвижении на рынках.

В структуре прибыли от продаж на протяжении 2014–2016 гг. основной удельный вес занимает трамвайное оборудование, которое заметно сдало свои позиции (с 63,8 % в 2014 г. до 56,2 % в 2016 г.), также сокращается удельный вес в совокупном объеме прибыли от продаж прибыль от реализации троллейбусного оборудования (с 23,8 % в 2014 году до 15,0 % в 2016 г.). В то же время усиливает свое влияние на формирование прибыли от продаж энергосберегающее оборудование, его удельный вес в прибыли от продаж возрос с 12,4 % в 2014 г. до 28,8 % в 2016 г.

Структура прибыли от продаж представлена на рисунке 2.4.

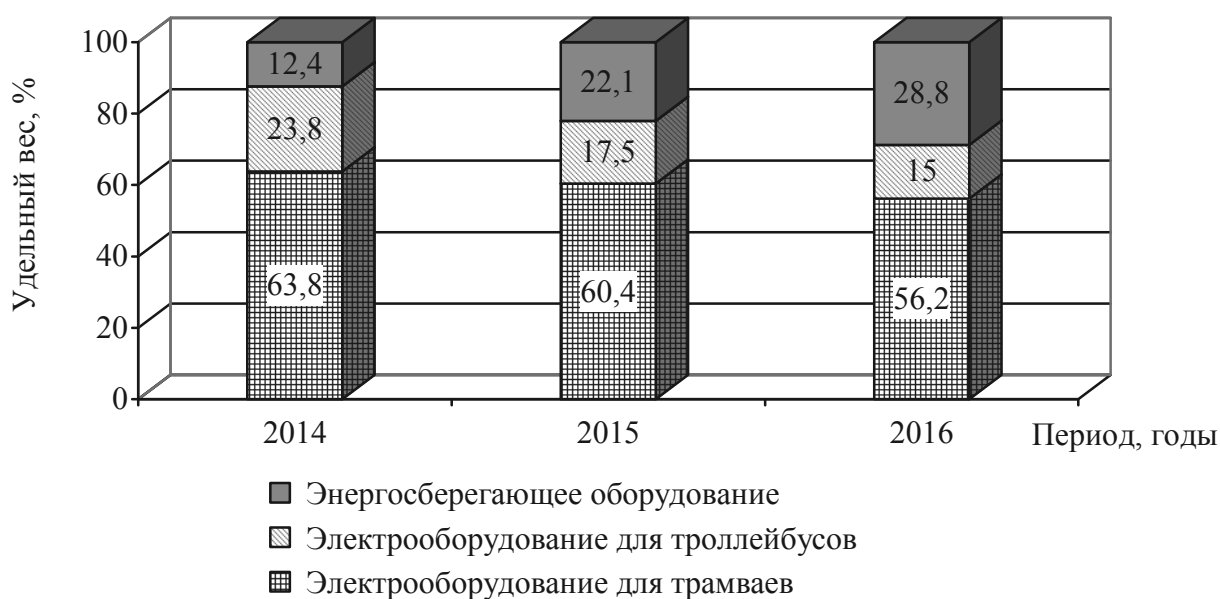


Рисунок 2.4 – Структура прибыли от продаж в разрезе видов продукции ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

Анализ расходов выступает одним из этапов анализа финансовых результатов деятельности и имеет своей целью изыскивать возможности увеличения или, как минимум, стабилизации абсолютных и относительных показателей доходности предприятия – прибыли и рентабельности. Анализ расходов по обычным видам деятельности в разрезе элементов затрат представлен в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Анализ расходов по обычным видам деятельности ЗАО «Канопус» по элементам затрат за 2014–2016 гг.

| Показатель | Период, годы | | | | | | Изменение по годам | | | | Темп изменения по годам, % | |
|--|--------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|--------------------|-------------|-----------|-------------|----------------------------|-------|
| | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | 2016 |
| | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | | |
| Материальные затраты | 14 211 | 36,23 | 16 653 | 39,06 | 19 153 | 41,82 | 2 442 | 2,83 | 2 500 | 2,76 | 17,18 | 15,01 |
| Затраты на оплату труда с отчислениями на социальные нужды | 22 040 | 56,19 | 22 104 | 51,84 | 22 149 | 48,36 | 64 | -4,35 | 45 | -3,48 | 0,29 | 0,20 |
| Амортизация | 1 753 | 4,47 | 2 183 | 5,12 | 2 865 | 6,26 | 430 | 0,65 | 682 | 1,14 | 24,53 | 31,24 |
| Прочие затраты | 1 221 | 3,11 | 1 695 | 3,98 | 1 631 | 3,56 | 474 | 0,87 | -64 | -0,42 | 38,82 | -3,78 |
| Итого | 39 225 | 100 | 42 635 | 100 | 45 798 | 100 | 3 410 | 0 | 3 163 | 0 | 8,69 | 7,42 |

По данным таблицы 2.7 затраты на производство и сбыт продукции в 2015 году возросли на 3 410 тыс. руб. или на 8,69 %, а в 2016 г. – на 3 163 тыс. руб. или на 7,42 %. Наибольшее увеличение происходит по материальным затратам (на 17,18 % в 2015 г. и на 15,01 % в 2016 г.).

На протяжении 2014–2016 гг. структура затрат, сгруппированных по элементам, претерпевает изменения, обусловленные увеличением удельного веса материальных затрат и снижением затрат на оплату труда, включая отчисления на социальные нужды. Снижение зарплатоёмкости связано с тем, что в период 2014 г. – половина 2015 г. на предприятии велись научно–исследовательские и опытно–конструкторские работы, связанные с разработкой новых производственных технологий, для чего привлекались дополнительные высококвалифицированные (высокооплачиваемые) специалисты. В свою очередь, рост материальных затрат обусловлен изменениями в структуре произведенной

продукции в сторону увеличения более материалоёмких видов. Вследствие таких изменений, удельный вес материальных затрат за 2014–2015 гг. увеличился с 36,23 % до 41,82 %, а затрат на оплату труда снизился с 56,19 % до 48,36 %.

В связи с увеличением объемов амортизируемого имущества произошел рост затрат по элементу «Амортизация» на 24,53 % в 2015 г. и на 31,24 % в 2016 г., а удельный вес данного элемента затрат увеличился с 4,47 % до 6,26 %. Прочие затраты, в составе которых учитываются расходы на ремонт основных средств, расходы на обеспечение нормальных условий труда и мер по технике безопасности, расходы на страхование имущества и т.п. в структуре затрат занимает незначительный удельный вес (3,56 % в 2016 г.).

Затраты по статьям калькуляции анализируется в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Анализ динамики и структуры затрат по статьям калькуляции
ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

| Показатель | Период, годы | | | | | | Изменение по годам | | | | Темп изменения по годам, % | |
|---|--------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|--------------------|-------------|-----------|-------------|----------------------------|-------|
| | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | 2016 |
| | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | | |
| Материалы (основные и вспомогательные) | 6 166 | 15,72 | 7 598 | 17,82 | 8 825 | 19,27 | 1 432 | 2,10 | 1 227 | 1,45 | 23,22 | 16,15 |
| Покупные изделия и п/фабрикаты | 5 656 | 14,42 | 6 024 | 14,13 | 7 090 | 15,48 | 368 | -0,29 | 1 066 | 1,35 | 6,51 | 17,70 |
| Электроэнергия на нужды производства | 2 389 | 6,09 | 3 031 | 7,11 | 3 238 | 7,07 | 642 | 1,02 | 207 | -0,04 | 26,87 | 6,83 |
| Затраты на оплату труда основных рабочих (основная и дополнительная) с отчислениями | 16 427 | 41,88 | 15 932 | 37,37 | 16 034 | 35,01 | -495 | -4,51 | 102 | -2,36 | -3,01 | 0,64 |

Окончание таблицы 2.8

| Показатель | Период, годы | | | | | | Изменение по годам | | | | Темп изменения по годам, % | |
|---|--------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|--------------------|-------------|-----------|-------------|----------------------------|--------|
| | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | 2016 |
| | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | | |
| Затраты на эксплуатацию и ремонт оборудования | 851 | 2,17 | 976 | 2,29 | 1 220 | 2,67 | 125 | 0,12 | 244 | 0,38 | 14,69 | 25,00 |
| Прочие затраты на производство | 369 | 0,94 | 721 | 1,69 | 408 | 0,89 | 352 | 0,75 | -313 | -0,80 | 95,39 | -43,41 |
| Коммерческие расходы | 2 217 | 5,65 | 2 683 | 6,29 | 2 928 | 6,39 | 466 | 0,64 | 245 | 0,10 | 21,02 | 9,13 |
| Расходы на управление | 5 150 | 13,13 | 5 670 | 13,30 | 6 055 | 13,22 | 520 | 0,17 | 385 | -0,08 | 10,10 | 6,79 |
| Итого | 39 225 | 100 | 42 635 | 100 | 45 798 | 100 | 3 410 | 0 | 3 163 | 0 | 8,69 | 7,42 |

В соответствии с данными таблицы 2.8 по большинству статей калькуляции затрат на протяжении 2014–2016 гг. происходит увеличение затрат (за исключением затрат на оплату труда производственных рабочих в 2015 г. и прочих затрат на производство в 2016 г.). Наибольшее увеличение затрат в 2016 году приходится на статьи «Материалы (основные и вспомогательные)» (16,15 %), «Покупные изделия и полуфабрикаты» (17,70 %), что связано с изменениями в структуре продукции и повышением ее материалоемкости, а также на «Затраты на эксплуатацию и ремонт оборудования» (25,0 %).

В структуре затрат, группированных по статьям калькуляции, изменения касаются материалов, включая покупные изделия и полуфабрикаты, удельный вес которых возрос за 2014–2016 гг. с 30,14 % до 34,75 %. Затраты на оплату труда рабочих, наоборот, теряют в удельном весе за этот же период с 41,88 % до 35,01 %. А связано это, во-первых, с сокращением численности рабочих, во-вторых, со снижением зарплатоемкости продукции в связи с изменениями в производственной программе предприятия.

Как было выявлено в результате предыдущих аналитических исследований, коммерческие расходы на протяжении всего периода оказывали отрицательное влияние на прибыль от продаж, т.к. их темп прироста превышал выручку от продаж. Анализ коммерческих расходов проводится в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Анализ динамики и структуры коммерческих расходов
ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

| Показатель | Период, годы | | | | | | Изменение по годам | | | | Темп изменения по годам, % | |
|---|--------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|--------------------|-------------|-----------|-------------|----------------------------|-------|
| | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | | 2016 | | 2015 | 2016 |
| | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | Тыс. руб. | Уд. веса, % | | |
| Транспортные расходы | 136 | 6,12 | 162 | 6,03 | 174 | 5,94 | 26 | -0,09 | 12 | -0,09 | 19,12 | 7,41 |
| Затраты на оплату труда работников отдела сбыта и маркетинга с отчислениями | 1 160 | 52,32 | 1 388 | 51,77 | 1 478 | 50,49 | 228 | -0,55 | 90 | -1,28 | 19,66 | 6,48 |
| Расходы на хранение и упаковку продукции | 68 | 3,07 | 79 | 2,95 | 85 | 2,92 | 11 | -0,12 | 6 | -0,03 | 16,18 | 7,59 |
| Расходы на рекламу | 76 | 3,44 | 106 | 3,96 | 121 | 4,12 | 30 | 0,52 | 15 | 0,16 | 39,47 | 14,15 |
| Расходы на маркетинговые исследования | 158 | 7,12 | 246 | 9,18 | 296 | 10,11 | 88 | 2,06 | 50 | 0,93 | 55,70 | 20,33 |
| Представительские расходы | 507 | 22,89 | 615 | 22,94 | 684 | 23,36 | 108 | 0,05 | 69 | 0,42 | 21,30 | 11,22 |
| Прочие расходы | 112 | 5,04 | 87 | 3,17 | 90 | 3,06 | -25 | -1,87 | 3 | -0,11 | -22,32 | 3,45 |
| Итого | 2 217 | 100 | 2 683 | 100 | 2 928 | 100 | 466 | 0 | 245 | 0 | 21,02 | 9,13 |

Данные таблицы 2.9 показывают, что коммерческие расходы по всей совокупности в 2015 г. по сравнению с 2014 г. возросли на 466 тыс. руб. или на 21,02 %, а в 2016 г. по сравнению с 2015 г. – на 245 тыс. руб. или на 9,13 %.

Наибольшее увеличение коммерческих расходов приходится на рекламные расходы (на 39,47 % в 2015 г. и на 14,15 % в 2016 г.), расходы на маркетинговые исследования рынка (на 55,70 % в 2015 г. и на 20,33 % в 2016 г.), а также представительские расходы (на 21,30 % в 2015 г. и на 11,22 % в 2016 г.). Суммы по остальным статьям коммерческих расходов также возрастают, но в меньшей степени, чем рекламные, маркетинговые и представительские расходы. Следовательно, рост коммерческих расходов на протяжении 2014–2016 годов связан с активизацией маркетинговой деятельности предприятия с целью продвижения продукции на существующих рынках, выхода на новые рынки сбыта. Поэтому сокращение коммерческих расходов представляется нецелесообразным, т.к. в будущем ожидается отдача от этих расходов в виде прироста выручки от продаж и прибыли.

Таким образом, увеличение выручки от продаж не сопровождается адекватным увеличением прибыли, рост которой сдерживают себестоимость продаж (в части материальных затрат) и коммерческие расходы, а также уплаченные проценты за пользование банковскими кредитами и прочие расходы. В продуктовой структуре прибыли от продаж происходят изменения, связанные с увеличением удельного веса прибыли от реализации энергосберегающего оборудования и снижения прочего электрооборудования для трамваев и троллейбусов. Резервом увеличения прибыли на настоящем этапе анализа выявлено снижение материальных затрат на производство продукции.

2.3 Анализ влияния факторов на прибыль предприятия

Для целенаправленного принятия управленческих решений по наращиванию прибыли, необходимо, прежде всего, выявить факторы роста прибыли, количественная оценка которых позволяет оценить их влияние на этот процесс.

Изменение прибыли от продаж формируется под воздействием изменения следующих факторов: объема реализации, структуры и ассортимента, себестоимости продукции, отпускных цен. Расчет влияния названных факторов на

прибыль от продаж проводится по факторной модели (1.1). Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж представлены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Показатель | Обозначение, расчет | Период, годы | | | Изменение по годам | |
|--|--|--------------|---------|---------|--------------------|----------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Выручка от продаж (фактический объем продаж в действующих ценах) | Q | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3 762 | 3 437 |
| Коэффициент изменения объема продаж | K | 1,0000 | 1,08620 | 1,07250 | 0,08620 | -0,01370 |
| Индекс роста цен | I | 1,136 | 1,290 | 1,054 | 0,154 | -0,236 |
| Фактический объем продаж в сопоставимых ценах | $Q_{\text{соп}} = Q / I$ | 38 417 | 36 747 | 48 236 | -1 670 | 11 489 |
| Полная фактическая себестоимость реализованной продукции в действующих ценах | S | 39 225 | 42 635 | 45 798 | 3 410 | 3 163 |
| Полная себестоимость в ценах предыдущего года | $S_{\text{соп}} = S / I$ | 34 529 | 33 050 | 43 452 | -1479 | 10 402 |
| Прибыль от продаж в действующих ценах | $P = Q - S$ | 4 417 | 4 769 | 5 043 | 352 | 274 |
| Прибыль в ценах и по себестоимости предыдущего года | $P_{\text{соп}} = Q_{\text{соп}} - S_{\text{соп}}$ | 3 888 | 3 697 | 4 784 | -191 | 1 087 |

Рассчитаем влияние факторов на прибыль от продаж факторов первого порядка (объема продаж, ассортимента и себестоимости реализованной продукции, оптовых цен):

1) Влияние изменения объема реализации на сумму прибыли составит по годам:

$$2015 \text{ г.: } \Delta P_{\text{оп}} = P_0 \cdot K_1 - P_0 = 4\,417 \cdot 1,08620 - 4\,417 = 381 \text{ тыс. руб.}$$

$$2016 \text{ г.: } \Delta P_{\text{оп}} = 4\,769 \cdot 1,07250 - 4\,769 = 346 \text{ тыс. руб.}$$

2) Влияние изменения ассортиментной структуры реализованной продукции составит по годам:

$$2015 \text{ г.: } \Delta P_c = P_{\text{соп}} - P_0 \cdot K_1 = 3\,697 - 4\,417 \cdot 1,08620 = -1\,101 \text{ тыс. руб.}$$

$$2016 \text{ г.: } 4784 - 4\,769 \cdot 1,07250 = -331 \text{ тыс. руб.}$$

3) Влияние изменения себестоимости реализованной продукции составит по годам:

$$2015 \text{ г.: } \Delta S = S_1 - S_{\text{соп}} = 42\,635 - 33\,050 = -9\,585 \text{ тыс. руб.}$$

$$2016 \text{ г.: } \Delta S = 45\,798 - 43\,452 = -2\,346 \text{ тыс. руб.}$$

4) Влияние изменения оптовых цен по годам:

$$2015 \text{ г.: } \Delta Q_z = Q_1 - Q_{\text{соп}} = 47\,404 - 36\,747 = 10\,657 \text{ тыс. руб.}$$

$$2016 \text{ г.: } \Delta Q_z = 50\,841 - 48\,236 = 2\,605 \text{ тыс. руб.}$$

Результаты факторного анализа прибыли от продаж предприятия представлены в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Результаты факторного анализа прибыли от продаж
ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

| Фактор | В тысячах рублей | | | |
|--|------------------|--------|----------------------------------|---------|
| | Период, годы | | Удельный вес фактора по годам, % | |
| | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Изменение прибыли от продаж, всего, в том числе за счет изменения: | 352 | 274 | 100 | 100 |
| – объема реализации продукции | 381 | 346 | 108,24 | 126,28 |
| – ассортимента реализованной продукции | -1 101 | -331 | -312,78 | -120,80 |
| – полной себестоимости реализованной продукции | -9 585 | -2 346 | -2 723,01 | -856,20 |
| – оптовых цен на продукцию | 10 657 | 2 605 | 3 027,55 | 950,72 |

Результаты факторного анализа прибыли от продаж, представленные в таблице 2.11, показывают, что к факторам положительного влияния на прибыль от продаж относятся увеличение объема реализации продукции (т.е. физического объема продаж), за счет чего прибыль увеличилась на 381 тыс. руб. и 364 тысяч

рублей соответственно в 2015 г. и 2016 г. Наибольшее влияние на прирост прибыли от продаж оказало влияние ценового фактора, т.е. увеличения оптовых цен. Так, за счет роста цен на продукцию предприятия прибыль от продаж возросла на 10 657 тыс. руб. в 2015 г. и на 2 605 тыс. руб. в 2016 г.

К факторам негативного воздействия на прибыль от продаж относятся изменения, произошедшие в ассортиментной структуре реализованной продукции, а также увеличение себестоимости реализованной продукции. Так, за счет изменения структуры реализованной продукции прибыль от продаж сократилась на 1 101 тыс. руб. и на 331 тыс. руб. соответственно в 2015 г. и 2016 году. Основное негативное влияние на прибыль от продаж оказало увеличение себестоимости реализованной продукции, за счет этого фактора прибыль от продаж в 2015 г. сократилась на 9 585 тыс. руб., а в 2016 г. на 2 346 тыс. руб.

Влияние положительных факторов оказалось больше, чем влияние отрицательных – в результате предприятием в 2015 г. был обеспечен прирост прибыли от продаж на 352 тыс. руб., а в 2016 г. на 274 тыс. руб.

Факторный анализ прибыли от продаж в разрезе таких факторов как доходы и расходы, сгруппированные по функциям управления и по элементам расходов, проводится в таблице 2.12.

Рассматривая влияние таких факторов, как выручка от продаж и расходы, сгруппированные по функциям управления, по данным таблицы 2.12 видно, что положительное влияние на прибыль от продаж оказало только увеличение выручки (3 762 тыс. руб. в 2015 г. и 3 437 тыс. руб. в 2016 г.). Вместе с тем рост себестоимости продаж, коммерческих и управленческих расходов привел к сокращению прибыли. В условиях расширения масштабов производства и продаж продукции, о чем свидетельствует наращивание выручки, рост затрат – естественный процесс, если только темпы прироста этих затрат не опережают темпы прироста выручки. Однако на предприятии сложилась совсем противоположная ситуация – в 2015 г. относительное увеличение выручки не компенсировало рост коммерческих и управленческих расходов, а в 2016 г. – рост себестоимости реализованной продукции и коммерческих расходов.

Таблица 2.12 – Расчет влияния выручки и затратных факторов, сгруппированных по функциям управления и элементам затрат, на прибыль от продаж ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Показатель | Период, годы | | | Изменение по годам | | Темп изменения по годам, % | | Влияние фактора на прибыль от продаж по годам | |
|--|--------------|--------|--------|--------------------|-------|----------------------------|-------|---|--------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Факторы: выручка и расходы, сгруппированные по функциям управления | | | | | | | | | |
| 1 Выручка от продаж | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3 762 | 3 437 | 8,62 | 7,25 | 3 762 | 3 437 |
| 2 Себестоимость реализованной продукции | 31 858 | 34 282 | 36 815 | 2 424 | 2 533 | 7,61 | 7,39 | -2 424 | -2 533 |
| 3 Коммерческие расходы | 2 217 | 2 683 | 2 928 | 466 | 245 | 21,02 | 9,13 | -466 | -245 |
| 4 Управленческие расходы | 5 150 | 5 670 | 6 055 | 520 | 385 | 10,10 | 6,79 | -520 | -385 |
| 5 Совокупное влияние факторов (сумма строк 1, 2, 3, 4 граф 8 и 9) | | | | | | | | 352 | 274 |
| Факторы: выручка и расходы, сгруппированные по элементам | | | | | | | | | |
| 6 Выручка от продаж | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3 762 | 3 437 | 8,62 | 7,25 | 3 762 | 3 437 |
| 7 Материальные затраты | 14 211 | 16 653 | 19 153 | 2 442 | 2 500 | 17,18 | 15,01 | -2 442 | -2 500 |
| 8 Затраты на оплату труда с отчислениями | 22 040 | 22 104 | 22 149 | 64 | 45 | 0,29 | 0,20 | -64 | -45 |
| 9 Амортизация | 1 753 | 2 183 | 2 865 | 430 | 682 | 24,53 | 31,24 | -430 | -682 |
| 10 Прочие затраты | 1 221 | 1 695 | 1 631 | 474 | -64 | 38,82 | -3,78 | -474 | 64 |
| 11 Совокупное влияние факторов (сумма строк 6, 7, 8, 9, 10 граф 8 и 9) | | | | | | | | 352 | 274 |

Рассматривая влияние таких факторов, как выручка от продаж и расходы, сгруппированные по элементам, видно, что положительное влияние на прибыль от продаж оказало увеличение выручки от продаж и снижение прочих затрат (64 тысячи рублей). Относительное увеличение выручки от продаж смогло

компенсировать рост затрат на оплату труда с отчислениями на социальные нужды, но не смогло компенсировать рост материальных затрат.

Влияние факторов на чистую прибыль представлено в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Сводная таблица влияния факторов на чистую прибыль
 ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Показатель–фактор | Период, годы | | | Изменение по годам | | Темп изменения по годам, % | | Влияние фактора по годам | |
|--|--------------|--------|--------|--------------------|-------|----------------------------|--------|--------------------------|--------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Выручка от продаж | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3762 | 3 437 | 8,62 | 7,25 | 3 762 | 3 437 |
| Себестоимость продаж | 31 858 | 34 282 | 36 815 | 2 424 | 2 533 | 7,61 | 7,39 | –2 424 | –2 533 |
| Коммерческие расходы | 2 217 | 2 683 | 2 928 | 466 | 245 | 21,02 | 9,13 | –466 | –245 |
| Управленческие расходы | 5 150 | 5 670 | 6 055 | 520 | 385 | 10,10 | 6,79 | –520 | –385 |
| Проценты к уплате | 82 | 72 | 123 | –10 | 51 | –12,20 | 70,83 | 10 | –51 |
| Прочие доходы, из них: | 390 | 642 | 774 | 252 | 132 | 64,62 | 20,56 | | |
| – продажа основных средств | 349 | 607 | 732 | 258 | 125 | 73,93 | 20,59 | 258 | 125 |
| – штрафы, пени, неустойки полученные | 14 | 11 | 3 | –3 | –8 | –21,43 | –72,73 | –3 | –8 |
| – списанная кредиторская задолженность | 27 | 24 | 39 | –3 | 15 | –11,11 | 62,50 | –3 | 15 |
| Прочие расходы, из них: | 122 | 224 | 311 | 102 | 87 | 83,61 | 38,84 | | |
| – остаточная стоимость и расходы на продажу основных средств | 24 | 87 | 129 | 63 | 42 | 262,50 | 48,28 | –63 | –42 |
| – оплата услуг кредитным организациям | 9 | 10 | 11 | 1 | 1 | 11,11 | 10,00 | –1 | –1 |
| – отчисления в резервы | 72 | 94 | 122 | 22 | 28 | 30,56 | 29,79 | –22 | –28 |
| – списанная дебиторская задолженность | 17 | 33 | 49 | 16 | 16 | 94,12 | 48,48 | –16 | –16 |
| Налог на прибыль | 690 | 766 | 807 | 76 | 41 | 11,01 | 5,35 | –76 | –41 |
| Совокупное влияние факторов | | | | | | | | 436 | 227 |

Чистая прибыль предприятия в 2015 г. увеличилась на 436 тыс. руб., а в 2016 году на 227 тыс. руб. Положительное влияние на чистую прибыль оказало увеличение выручки от продаж, прочих доходов в части поступлений от продажи основных средств (258 тыс. руб. в 2015 г. и 125 тыс. руб. в 2016 г.). Отрицательное влияние на чистую прибыль оказало увеличение расходов по обычным видам деятельности, процентов к уплате (51 тыс. руб. в 2016 г.) и прочих расходов (на 63 тыс. руб. в 2015 г. и на 42 тыс. руб. в 2016 г.) особенно в части отчислений на формирование резервов, предусмотренных законодательством (резерва по сомнительным долгам, резерва на обесценение материальных ценностей).

Таким образом, результаты факторного анализа прибыли позволили выявить резервы ее роста, каковыми являются снижение себестоимости продукции (в части материальных затрат), изменение структуры продукции в сторону увеличения выпуска и продаж наиболее рентабельных видов продукции, сокращение процентов к уплате за пользование заемными средствами (это станет возможным за счет увеличения прибыли – основного собственного источника средств).

2.3 Анализ рентабельности деятельности предприятия

Показатели рентабельности характеризуют относительную доходность, или прибыльность предприятия, измеряемую в процентах к затратам или ресурсам. Они отражают эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Анализ показателей рентабельности финансово–хозяйственной деятельности предприятия проведен в таблице 2.14.

Данные таблицы 2.14 показывают снижение большинства из рассчитанных показателей рентабельности финансово–хозяйственной деятельности на протяжении всего исследуемого периода. Исключение составляет рентабельность совокупных и оборотных активов, а также заемного капитала в 2015 г.

Таблица 2.14 – Анализ рентабельности ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Показатель | Период, годы | | | Изменение по годам | | Темп изменения по годам, % | |
|--|--------------|--------|--------|--------------------|--------|----------------------------|--------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| 1 Выручка от реализации продукции | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3 762 | 3 437 | 8,62 | 7,25 |
| 2 Полная себестоимость реализованной продукции | 39 225 | 42 635 | 45 798 | 3 410 | 3 163 | 8,69 | 7,42 |
| 3 Прибыль от продаж | 4 417 | 4 769 | 5 043 | 352 | 274 | 7,97 | 5,75 |
| 4 Чистая прибыль | 3 913 | 4 349 | 4 576 | 436 | 227 | 11,14 | 5,22 |
| 5 Активы, всего, из них: | 34 107 | 37 883 | 48 357 | 3 776 | 10 474 | 11,07 | 27,65 |
| 5.1 основные средства | 7 495 | 9 551 | 14 325 | 2 056 | 4 774 | 27,43 | 49,98 |
| 5.2 оборотные средства | 26 481 | 27 757 | 33 197 | 1 276 | 5 440 | 4,82 | 19,60 |
| 6 Капитал, всего, из него: | 34 107 | 37 883 | 48 357 | 3 776 | 10 474 | 11,07 | 27,65 |
| 6.1 собственный | 15 685 | 18 685 | 22 285 | 3 000 | 3 600 | 19,12 | 19,27 |
| 6.2 заемный | 18 422 | 19 198 | 26 072 | 776 | 6 874 | 4,21 | 35,81 |
| 7 Рентабельность, %: | | | | | | | |
| 7.1 продаж (стр.3 / стр.1 · 100) | 10,12 | 10,06 | 9,92 | -0,06 | -0,14 | -0,59 | -1,39 |
| 7.2 основной деятельности (окупаемость затрат) (стр.3 / стр.1 · 100) | 11,26 | 11,19 | 11,01 | -0,07 | -0,18 | -0,62 | -1,61 |
| 7.3 совокупных активов (стр.4 / стр.5 · 100) | 11,47 | 11,48 | 9,46 | 0,01 | -2,02 | 0,09 | -17,60 |
| 7.4 основных средств (фондорентабельность) (стр.4 / стр.5.1 · 100) | 52,21 | 45,53 | 31,94 | -6,68 | -13,59 | -12,79 | -29,85 |
| 7.5 оборотных активов (стр.4 / стр.5.2 · 100) | 14,78 | 15,67 | 13,78 | 0,89 | -1,89 | 6,02 | -12,06 |
| 7.6 собственного капитала (стр.4 / стр.6.1 · 100) | 24,95 | 23,28 | 20,53 | -1,67 | -2,71 | -6,69 | -11,64 |
| 7.7 заемного капитала (стр.4 / стр.6.1 · 100) | 21,24 | 22,65 | 17,55 | 1,41 | -5,10 | 6,64 | -22,52 |

Рентабельность продаж, выступающая показателем, который иллюстрирует, какая доля прибыли от продаж содержится в каждом заработанном рубле (в выручке от продаж) за период 2014–2016 гг. снизился с 10,12 % до 9,92 %, что является неблагоприятной тенденцией, свидетельствующей о низком уровне

контроля производственных затрат. Это же показывает и снижение рентабельности основной деятельности (с 11,26 % до 11,01 %), т.е. каждый рубль произведенных затрат принес меньше прибыли от продаж. За период 2015–2016 годы эффективность использования активов снижалась, доля чистой прибыли, полученная от использования активов сократилась 2,02 %, в том числе по основным средствам на 13,59 %, по оборотным активам на 1,89 %. Причиной являются опережающие темпы роста активов над прибылью. На конец анализируемого периода рентабельность совокупных активов имела значение 9,46 %, основных средств 31,94 %, оборотных активов 13,78 %.

Одновременно со снижением рентабельности активов и рентабельности продаж происходило снижение рентабельности капитала, как собственного, так и заемного. Рентабельность собственного капитала за период 2014–2016 годы снизилась с 24,95 % до 20,53 %, рентабельность заемного капитала за период 2015–2016 гг. снизилась на 5,10 % и составила 17,55 %. Показатели рентабельности капитала показывают удельный вес чистой прибыли, полученный с каждого рубля задействованного собственного и заемного капитала, поэтому их снижение говорит о неэффективном использовании источников финансирования.

Анализ рентабельности продаж видов продукции проводится в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Анализ рентабельности продаж по видам продукции

ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Вид продукции | Выручка от продаж по годам | | | Прибыль от продаж по годам | | | Рентабельность продаж по годам, % | | | Изменение по годам | |
|--|----------------------------|--------|--------|----------------------------|-------|-------|-----------------------------------|-------|-------|--------------------|-------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Преобразователи напряжения: тяговые, бортовые | 14 620 | 15 691 | 16 879 | 1 489 | 1 617 | 1 715 | 10,18 | 10,31 | 10,16 | 0,13 | -0,15 |
| Линии освещения | 9 907 | 10 144 | 11 134 | 994 | 1 030 | 1 094 | 10,03 | 10,15 | 9,83 | 0,12 | -0,32 |
| Пульты водителя | 7 637 | 8 391 | 8 846 | 764 | 854 | 872 | 10,00 | 10,18 | 9,86 | 0,18 | -0,32 |
| Блоки: с автоматическими выключателями, коммутации | 4 233 | 4 172 | 4 321 | 437 | 410 | 419 | 10,32 | 9,83 | 9,70 | -0,49 | -0,13 |

Окончание таблицы 2.15

В тысячах рублей

| Вид продукции | Выручка от продаж по годам | | | Прибыль от продаж по годам | | | Рентабельность продаж по годам, % | | | Изменение по годам | |
|---------------------------------------|----------------------------|--------|--------|----------------------------|-------|-------|-----------------------------------|-------|-------|--------------------|-------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Приводы дверные | 2 357 | 2 655 | 2 084 | 225 | 238 | 202 | 9,55 | 8,96 | 9,69 | -0,59 | 0,73 |
| Локальные коммутаторы | 1 091 | 1 469 | 1 271 | 97 | 153 | 131 | 8,89 | 10,42 | 10,31 | 1,53 | -0,11 |
| Датчики оптоволоконные | 1 178 | 1 612 | 2 491 | 137 | 176 | 267 | 11,63 | 10,92 | 10,72 | -0,71 | -0,20 |
| Измерительные системы мониторинга | 1 353 | 1 849 | 2 746 | 141 | 172 | 267 | 10,42 | 9,30 | 9,72 | -1,12 | 0,42 |
| Прочие виды продукции | 1 266 | 1 421 | 1 069 | 133 | 119 | 76 | 10,51 | 8,37 | 7,11 | -2,14 | -1,26 |
| Итого, из него по видам оборудования: | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 4 417 | 4 769 | 5 043 | 10,12 | 10,06 | 9,92 | -0,06 | -0,14 |
| – трамвайное | 27 145 | 28 158 | 29 284 | 2 818 | 2 880 | 2 834 | 10,38 | 10,23 | 10,06 | -0,15 | -0,17 |
| – троллейбусное | 11 521 | 9 955 | 8 999 | 1 051 | 835 | 756 | 9,12 | 8,39 | 9,40 | -0,73 | 1,01 |
| – энерго-сберегающее | 4 976 | 9 291 | 12 558 | 548 | 1 054 | 1453 | 11,01 | 11,34 | 11,57 | 0,33 | 0,23 |

Данные таблицы 2.15 показывают, что на протяжении всего анализируемого периода происходят незначительные разнонаправленные колебания рентабельности продаж по отдельным видам продукции и практически не по одной группе не прослеживается четкая повышательная или понижительная динамика. По итогам 2016 г. наиболее рентабельными видами продукции были датчики оптоволоконные (10,72 %), локальные коммутаторы (10,31 %), тяговые и бортовые преобразователи напряжения (10,16 %). Рентабельность их продаж превышает общий показатель рентабельности продаж по предприятию.

Рассматривая динамику рентабельности по группам оборудования, можно увидеть снижение рентабельности продаж за период 2014–2016 гг. по трамвайному оборудованию (с 10,38 % до 10,06 %) и увеличение рентабельности продаж по энергосберегающему оборудованию (с 11,01 % до 11,57 %). Среди видов оборудования именно энергосберегающее оборудования характеризуется

наибольшей рентабельностью. Поэтому, как показали результаты предыдущего анализа, ассортиментная политика предприятия направлена на увеличение объемов производства и продаж именно энергосберегающего оборудования для городского энергохозяйства.

Динамика рентабельности продаж по видам оборудования представлена на рисунке 2.5.

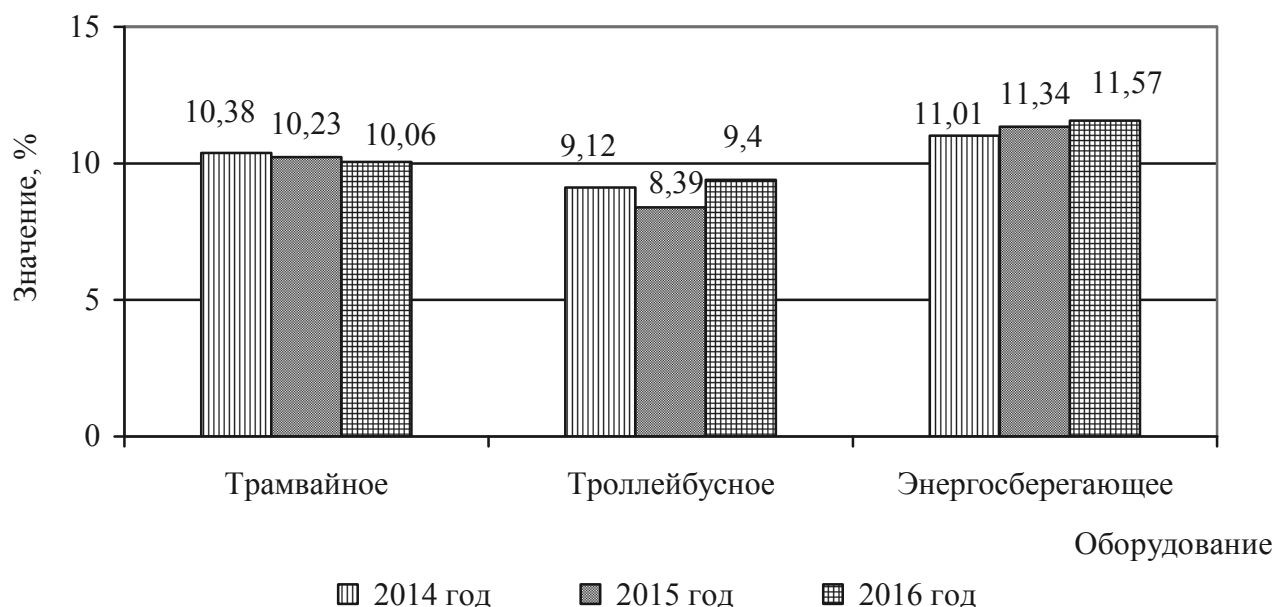


Рисунок 2.5 – Динамика рентабельности продаж видов оборудования ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

Исходная информация для проведения факторного анализа рентабельности активов представлена в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Исходная информация для факторного анализа рентабельности активов ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Показатель | Обозначение, расчет | Период, годы | | | Изменение по годам | |
|-------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------------------|--------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Выручка от продаж | В | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3 762 | 3 437 |
| Чистая прибыль | П _ч | 3 913 | 4 349 | 4 576 | 436 | 227 |
| Активы | А | 34 107 | 37 883 | 48 357 | 3 776 | 10 474 |

Окончание таблицы 2.16

В тысячах рублей

| Показатель | Обозначение, расчет | Период, годы | | | Отклонение по годам | |
|---|---|--------------|--------|--------|------------------------|---------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Оборотные активы | ОА | 26 481 | 27 757 | 33 197 | 1 276 | 5 440 |
| Собственный капитал | СК | 15 685 | 18 685 | 22 285 | 3 000 | 3 600 |
| Заемный капитал | ЗК | 18 422 | 19 198 | 26 072 | 776 | 6 874 |
| Коэффициент финансового рычага | $K_{ФР} = ЗК / СК$ | 1,1745 | 1,0275 | 1,1699 | -0,147 | 0,1424 |
| Коэффициент финансовой независимости | $K_{ФН} = СК / А$ | 0,4599 | 0,4932 | 0,4608 | 0,0333 | -0,0324 |
| Коэффициент текущей ликвидности | $K_{ТЛ} = ОА / ЗК$ | 1,4375 | 1,4458 | 1,2733 | 0,0083 | -0,1725 |
| Коэффициент оборачиваемости оборотных активов | $\lambda_{ОА} = В / ОА$ | 1,6480 | 1,7087 | 1,5313 | 0,0607 | -0,1765 |
| Рентабельность продаж по чистой прибыли | $R_{ПЧ} = Пч / В$ | 0,0897 | 0,0917 | 0,0900 | 0,0020 | -0,0017 |
| Рентабельность активов | $R_A = K_{ФР} \cdot K_{ФН} \cdot$ $\cdot K_{ТЛ} \cdot \lambda_{ОА} \cdot R_{ПЧ}$ | 0,1147 | 0,1148 | 0,0946 | 0,0001 | -0,0202 |

По факторной модели (1.5) с использованием метода абсолютных разниц оценим влияние факторов на рентабельность активов:

1) Влияние изменения структуры источников финансирования (коэффициента финансового рычага):

$$2015 \text{ г.: } \Delta R_{A(КФР)} = \Delta K_{ФР} \cdot K_{ФН0} \cdot K_{ТЛ0} \cdot \lambda_{ОА0} \cdot R_{ПЧ0} = -0,147 \cdot 0,4599 \cdot 1,4375 \cdot 1,6480 \cdot 0,0897 = -0,0144;$$

$$2016 \text{ г.: } \Delta R_{A(КФР)} = 0,1424 \cdot 0,4932 \cdot 1,4458 \cdot 1,7087 \cdot 0,0917 = 0,0159.$$

2) Влияние изменения удельного веса собственного капитала а пассивах (коэффициента финансовой независимости):

$$2015 \text{ г.: } \Delta R_{A(КФН)} = K_{ФР1} \cdot \Delta K_{ФН} \cdot K_{ТЛ0} \cdot \lambda_{ОА0} \cdot R_{ПЧ0} = 1,0275 \cdot 0,0333 \cdot 1,4375 \cdot 1,6480 \cdot 0,0897 = 0,0073;$$

$$2016 \text{ г.: } \Delta R_{A(КФН)} = 1,1699 \cdot (-0,0324) \cdot 1,4458 \cdot 1,7087 \cdot 0,0917 = -0,0086.$$

3) Влияние изменения соотношения оборотных активов и краткосрочных обязательств коэффициента текущей ликвидности:

$$2015 \text{ г.: } \Delta R_{A(КТЛ)} = K_{ФР1} \cdot K_{ФН1} \cdot \Delta K_{ТЛ0} \cdot \lambda_{0A0} \cdot R_{ПЧ0} = 1,0275 \cdot 0,4932 \cdot 0,0083 \cdot 1,6480 \cdot 0,0897 = 0,0006;$$

$$2016 \text{ г.: } \Delta R_{A(КТЛ)} = 1,1699 \cdot 0,4608 \cdot (-0,1725) \cdot 1,7087 \cdot 0,0917 = -0,0146.$$

4) Влияние изменения скорости оборота оборотных средств:

$$2015 \text{ г.: } \Delta R_{A(\lambda_{0A})} = K_{ФР1} \cdot K_{ФН1} \cdot K_{ТЛ1} \cdot \Delta \lambda_{0A} \cdot R_{ПЧ0} = 1,0275 \cdot 0,4932 \cdot 1,4458 \cdot 0,0607 \cdot 0,0897 = 0,0040;$$

$$2016 \text{ г.: } \Delta R_{A(\lambda_{0A})} = 1,1699 \cdot 0,4608 \cdot 1,2733 \cdot (-0,1765) \cdot 0,0917 = -0,0111.$$

5) Влияние изменения рентабельности продаж:

$$2015 \text{ г.: } \Delta R_{A(RПЧ)} = K_{ФР1} \cdot K_{ФН1} \cdot K_{ТЛ1} \cdot \lambda_{0A1} \cdot \Delta R_{ПЧ} = 1,0275 \cdot 0,4932 \cdot 1,4458 \cdot 1,7087 \cdot 0,0020 = 0,0026;$$

$$2016 \text{ г.: } \Delta R_{A(RПЧ)} = 1,1699 \cdot 0,4608 \cdot 1,2733 \cdot 1,5315 \cdot (-0,0017) = -0,0018.$$

Результаты факторного анализа представлены в таблице 2.17.

Таблица 2.17 – Результаты факторного анализа рентабельности активов
 ЗАО «Канопус» за 2015–2016 гг.

В процентах

| Фактор | Период, годы | | Удельный вес фактора по годам | |
|--|--------------|-------|-------------------------------|--------|
| | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Изменение рентабельности активов, всего, в том числе за счет изменения: | 0,01 | -2,02 | 100 | -100 |
| – структуры источников финансирования (коэффициента финансового рычага) | -1,44 | 1,59 | -14 400,0 | 78,71 |
| – удельного веса собственного капитала в источниках финансирования (коэффициента финансовой независимости) | 0,73 | -0,86 | 7 300,0 | -42,57 |
| – соотношения оборотных активов и краткосрочных обязательств (коэффициента текущей ликвидности) | 0,06 | -1,46 | 600,0 | -72,27 |
| – оборачиваемости оборотных средств | 0,40 | -1,11 | 4 000,0 | -54,95 |
| – рентабельности продаж | 0,26 | -0,18 | 2 600,0 | -8,92 |

В 2015 г. практически все рассмотренные факторы оказали положительное влияние на рентабельность активов. Так, прирост рентабельности собственного капитала составил за счет: повышения финансовой независимости 0,73 процентных пункта, ускорения оборачиваемости оборотных активов 0,40 процентных пункта, повышения рентабельности продаж 0,26 процентных пункта. Однако изменения, происходящие в структуре источников финансирования, оказались столь значительными (снижение рентабельности активов за счет снижения финансового рычага составило 1,44 процентных пункта), что это практически перекрыло эффект от всех остальных факторов. В результате за период 2014–2015 гг. прирост рентабельности активов составил только 0,01 процентных пункта.

В 2016 г. эффективность использования активов сократилась на 2,02 процентных пункта, т.е. можно говорить о снижении возможностей активов зарабатывать прибыль. Действия факторов на рентабельность активов в этот период противоположно их действию в 2015 г., т.е. все факторы оказали отрицательное влияние на показатель за исключением повышения уровня финансового рычага. Показатели, характеризующие хозяйственную деятельность предприятия, такие как оборачиваемость активов и рентабельность продаж способствовали снижению рентабельности активов на 1,11 и 0,18 процентных пункта соответственно. Следовательно, рентабельность активов может быть повышена за счет ускорения оборачиваемости активов и повышения чистой прибыли: резервы роста чистой прибыли установлены на предыдущих этапах анализа – это наращивание объемов выручки от реализации при одновременном сокращении материалоемкости продукции.

В процессе анализ управления прибылью одним из этапов анализа является комплексная оценка факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия, оцениваемая через рентабельность собственного капитала. Исходная информация для проведения факторного анализа рентабельности собственного капитала представлена в таблице 2.18.

Таблица 2.18 – Исходная информация для факторного анализа рентабельности собственного капитала ЗАО «Канопус» за 2014–2016 гг.

В тысячах рублей

| Показатели | Обозначение, расчет | Период, годы | | | Отклонение по годам | |
|---|--|--------------|--------|--------|---------------------|---------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Выручка от продаж | В | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3 762 | 3 437 |
| Чистая прибыль | П _ч | 3 913 | 4 349 | 4 576 | 436 | 227 |
| Активы | А | 34 107 | 37 883 | 48 357 | 3 776 | 10 474 |
| Собственный капитал | СК | 15 685 | 18 685 | 22 285 | 3 000 | 3 600 |
| Рентабельность продаж по чистой прибыли | $R_{Пч} = Пч / В$ | 0,0897 | 0,0917 | 0,0900 | 0,0020 | -0,0017 |
| Ресурсоотдача | $O_A = В / А$ | 1,2796 | 1,2513 | 1,0514 | -0,0283 | -0,1999 |
| Мультипликатор собственного капитала | $M_{СК} = А / СК$ | 2,1745 | 2,0289 | 2,1696 | -0,1456 | 0,1407 |
| Рентабельность собственного капитала | $R_{СК} = R_{Пч} \cdot O_A \cdot M_{СК}$ | 0,2495 | 0,2328 | 0,2053 | -0,0167 | -0,0275 |

Проведем расчет влияния факторов на рентабельность собственного капитала по модели (1.6) с использованием метода абсолютных разниц.

1) Влияние рентабельности продаж:

$$2015 \text{ г. } \Delta R_{СК (R_{Пч})} = \Delta R_{Пч} \cdot O_{A0} \cdot M_{СК0} = 0,0020 \cdot 1,2796 \cdot 2,1745 = 0,0056;$$

$$2016 \text{ г. } \Delta R_{СК (R_{Пч})} = -0,0017 \cdot 1,2513 \cdot 2,0289 = -0,0043.$$

2) Влияние ресурсоотдачи (оборачиваемости активов):

$$2015 \text{ г. } \Delta R_{СК (O_A)} = R_{Пч} \cdot \Delta O_A \cdot M_{СК0} = 0,0917 \cdot (-0,0283) \cdot 2,1745 = -0,0056;$$

$$2016 \text{ г. } \Delta R_{СК (O_A)} = 0,0900 \cdot (-0,1999) \cdot 2,0289 = -0,0365.$$

3) Влияние мультипликатора собственного капитала:

$$2015 \text{ г. } \Delta R_{СК (M_{СК})} = R_{Пч} \cdot O_{A1} \cdot \Delta M_{СК} = 0,0917 \cdot 1,2513 \cdot (-0,1456) = -0,0167;$$

$$2016 \text{ г. } \Delta R_{СК (M_{СК})} = 0,0900 \cdot 1,0514 \cdot 0,1407 = 0,0133.$$

Результаты факторного анализа рентабельности собственного капитала обобщены в таблице 2.19.

Таблица 2.19 – Результаты факторного анализа рентабельности собственного капитала ЗАО «Канопус» за 2015–2016 гг.

В процентах

| Фактор | Период, годы | | Удельный вес фактора по годам | |
|---|--------------|-------|-------------------------------|---------|
| | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Изменение рентабельности собственного капитала, всего, в том числе за счет изменения: | -1,67 | -2,75 | -100 | -100 |
| – рентабельности продаж, рассчитанная по чистой прибыли | 0,56 | -0,43 | 33,53 | -15,64 |
| – оборачиваемости активов (ресурсоотдачи) | -0,56 | -3,65 | -33,53 | -132,73 |
| – мультипликатора собственного капитала | -1,67 | 1,33 | -100 | 48,37 |

В соответствии с таблицей 2.19 в результате влияния всех рассмотренных факторов рентабельность собственного капитала в 2015 г. по сравнению с показателем 2014 г. снизилась на 1,67 процентных пункта, а в 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 2,75 процентных пункта. Снижение рентабельности собственного капитала в 2015 г. произошло за счет замедления оборачиваемости активов (-0,56 пункта) и снижения мультипликатора собственного капитала, то есть снижения объемов заемных обязательств предприятия (-1,67 пункта). В 2016 году негативное влияние на рентабельность собственного капитала оказало также замедление оборачиваемости активов (-3,65 пункта) и снижение рентабельности продаж (-0,43 пункта). Увеличение доли заемных средств в источниках финансирования (мультипликатора) увеличило рентабельность собственного капитала (+0,33 пункта). Следовательно, ускорение оборачиваемости активов, увеличение рентабельности продаж и проведение разумной заемной политики (привлечение заемного капитала с учетом влияния на рентабельность собственного капитала, т. е. механизм финансового левеиджа) следует рассматривать как основные резервы роста рентабельности собственного капитала предприятия.

Выводы по разделу два

В данной главе проведен анализ управления прибылью в ЗАО «Канопус», в результате которого сделаны следующие выводы.

Увеличение выручки от продаж продукции (на 8,62 % в 2015 г. и на 7,25 % в 2016 г.) не смогло компенсировать рост себестоимости реализованной продукции и коммерческих расходов, темпы прироста которых превышали темпы прироста выручки от продаж. Это отрицательно повлияло как на прибыль от продаж, так и на конечный финансовый результат деятельности предприятия (чистую прибыль), а также к снижению рентабельности финансово–хозяйственной деятельности предприятия.

Оценка влияния факторов на прибыль от продаж показала, что резервами ее роста являются увеличение объемов продаж наиболее рентабельных видов продукции и снижение себестоимости продукции (в части материальных затрат). На чистую прибыль положительное влияние также может оказать снижение процентных платежей за пользование заемными средствами, что станет возможным за счет пополнения объемов собственного капитала за счет чистой (нераспределенной) прибыли.

Проведенный анализ позволил сделать выводы о недостаточно эффективном управлении прибылью в ЗАО «Канопус», что объясняется отсутствием отлаженной системы планирования прибыли.

3 ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ АО «КАНОПУС»

3.1 Повышение эффективности управления прибылью на основе внедрения ее планирования

Планирование прибыли на предприятии относится к оперативным управленческим решениям, связанным с технологией производства, объемом производства и ценообразованием на продукцию. В процессе планирования прибыли необходимо учитывать ожидаемую потребность в продукции со стороны рынка, способность предприятия произвести требуемое количество изделий, а также покрыть все затраты. При рациональном планировании прибыли необходимо сформулировать цели и пути их достижения. В плане должны также быть указаны сроки выполнения всех действий, необходимых для его реализации. Управление прибылью не только жизненно необходимо для руководства краткосрочными операциями, но существенно и для оптимизации инвестиций и принятия финансовых решений, рассчитанных на длительный срок. Это поможет правильно распределить ограниченные ресурсы для обеспечения наибольшей эффективности деятельности.

3.1.1 Планирование прибыли от реализации проекта «Энергосбережение городского электрического транспорта»

В условиях дефицита средств и выбранной Правительством РФ стратегии развития России до 2020 года, направленной на экономию энергоресурсов и модернизацию городского хозяйства, эффективными методами поддержания работоспособности подвижного состава является приобретение транспортных средств с высокими показателями энергоэффективности и/или проведение модернизации трамвайных вагонов с применением инновационного энергосберегающего оборудования. Важнейшим стратегическим направлением развития ЗАО «Канопус» является производство энергосберегающего оборудования для городского электротранспорта.

В последнее десятилетие в России, благодаря усилиям, прежде всего, научных школ в городах Санкт Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и других городах, на городской электрический транспорт начали устанавливать электронные приводы, которые снижают на 40–50 % затраты электроэнергии на тягу транспортного средства. Для увеличения срока службы подвижного состава городского электротранспорта практически во всех городах (в том числе и в г. Златоусте) ежегодно около 3 % трамваев подвергаются капитально–восстановительному ремонту, но, к сожалению, и в этом случае 90 % восстановленного состава переоснащаются вновь низкоэффективной реостатно–контакторной системой управления.

Рекомендуется выйти с предложением к Администрации Златоустовского городского округа осуществить модернизацию системы электрооборудования подвижного состава Муниципального унитарного предприятия «Златоустовское трамвайное управление» (МУП «ЗТУ» МО ЗГО) путем установки комплекта управления тяговыми двигателями трамвая. МУП «ЗТУ» МО ЗГО г. Златоуста является энергоемким предприятием: расход электроэнергии в год составляет более 8 млн. кВт. На предприятии постоянно ведется работа по сбережению энергоресурсов, однако максимальное снижение потребления электроэнергии можно достичь путем модернизации системы электрооборудования подвижного состава.

В сравнении с реостатно–контакторной системой управления, предлагаемый ЗАО «Канопус» комплект управления тяговыми двигателями, обеспечивает экономию электроэнергии до 49 %. При этом как производство, так и монтаж тягового оборудования КТ–3–121 на IGBT транзисторах будет осуществляться силами ЗАО «Канопус». Комплект электронного тягового электропривода не только способствует экономии электроэнергии и увеличение ресурса двигателя, но и обеспечивает пассажирам и водителю высокий уровень комфорта за счет плавного регулирования тягового усилия электропривода в режимах разгона и торможения.

Планируются поставки оборудования на 12 вагонов. Стоимость электрооборудования и его монтажа представлена в таблице 3.1 [35].

Таблица 3.1 – Стоимость электрооборудования КТ–3–121 на IGBT транзисторах производства ЗАО «Канопус» и его монтажа для трамвайных вагонов

В тысячах рублей

| Наименование оборудования | Цена за комплект | Стоимость оборудования (12 комплектов) |
|---|------------------|--|
| Преобразователь тяговый | 866,5 | 10 398 |
| Контроллер водителя | 24,2 | 290,4 |
| Блок индикации | 37,9 | 454,8 |
| Датчик скорости | 11,9 | 142,8 |
| Спидометр | 1,2 | 14,4 |
| Комплект низковольтных кабелей и жгутов | 2,3 | 27,6 |
| Всего оборудование | 944 | 1 1328 |
| Стоимость монтажа оборудования | 45 | 540 |
| Итого стоимость оборудования и монтажа | 989 | 11 868 |

Суммарная стоимость модернизации одного трамвайного вагона при замене реостатного привода тяговых двигателей на электронный привод составляет 989 тысяч рублей, что для 12 комплектов оборудования составляет 11 868 тыс. руб. При продаже данного количества комплектов произведенного энергосберегающего оборудования ЗАО «Канопус» получит выручку от реализации продукции в вышеназванном объеме.

Данные о себестоимости электрооборудования на основе калькуляций стоимости изделий представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Данные о себестоимости электрооборудования производства ЗАО «Канопус» для трамвайных вагонов и его монтажа

В тысячах рублей

| Наименование оборудования | Себестоимость: | |
|---|----------------|--------------------|
| | комплекта | всего оборудования |
| 1 Себестоимость оборудования, всего, в том числе по видам оборудования на основе калькуляций: | 833 | 9 996 |

Окончание таблицы 3.2

В тысячах рублей

| Наименование оборудования | Себестоимость: | |
|---|----------------|--------------------|
| | комплекта | всего оборудования |
| – преобразователь тяговый | 768,3 | 9 219,6 |
| – контроллер водителя | 20,1 | 241,2 |
| – блок индикации | 32,9 | 394,8 |
| – датчик скорости | 8,7 | 104,4 |
| – спидометр | 0,8 | 10,8 |
| – комплект низковольтных кабелей и жгутов | 2,0 | 24,0 |
| 2 Затраты на монтаж оборудования в соответствии со сметой | 39 | 468 |
| 3 Итого себестоимость оборудования и монтажа | 872 | 10 464 |

Зная размер предполагаемой выручки от реализации проектов и себестоимость оборудования, входящего в комплект электронного привода, можно определить плановый размер прибыли (таблица 3.3). При этом коммерческие и управленческие расходы отдельно планировать не будем, включим их в состав себестоимости.

Таблица 3.3 – План прибыли от продаж ЗАО «Канопус» от реализации проекта «Энергосбережение городского электрического транспорта» на 2017 г.

В тысячах рублей

| Показатель | За 2016 год (факт) | Планируемые изменения показателей | План на 2017 год | Планируемые темпы прироста плановых показателей по отношению к фактическим, % |
|---|--------------------|-----------------------------------|------------------|---|
| Выручка от реализации проекта | 50 841 | +11 868 | 62 709 | 23,34 |
| Себестоимость продаж, включая коммерческие и управленческие расходы | 45 798 | +10 464 | 56 262 | 22,85 |
| Прибыль от продаж | 5 043 | +1 404 | 6 447 | 27,85 |
| Рентабельность продаж, % | 9,92 | 0,36 | 10,28 | 3,63 |

В соответствии с данными таблицы 3.3 от реализации проекта «Энергосбережение городского электрического транспорта» планируется получение 1 млн. 404 тыс. руб. прибыли от продаж, что почти на 28 % больше, чем в 2016 г. Рентабельность продаж возрастает на 0,36 пункта и планируется на уровне 10,28 %.

При условии одобрения проекта администрацией ЗГО планируются следующее поэтапное выполнение работ и потребность в источниках финансирования (таблица 3.4).

Таблица 3.4 – Этапы выполнения работ и потребность в источниках финансирования для реализации проекта в ЗАО «Канопус» в 2017 г.

В тысячах рублей

| Период, месяцы | Количество модернизируемый вагонов, ед. | Необходимая сумма финансирования | Доход от реализации проекта | Недостаток (излишек) финансирования |
|----------------|---|----------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| Август | 2 | 1 744 | 0 | -1 744 |
| Сентябрь | 3 | 2 616 | 1 978 | -638 |
| Октябрь | 3 | 2 616 | 2 967 | 351 |
| Ноябрь | 4 | 3 488 | 2 967 | -521 |
| Декабрь | 0 | 0 | 3 956 | 3 956 |
| Итого | | 10 464 | 11 868 | 1 404 |

Как видно из таблицы 3.4 в отдельные периоды реализации проекта существует недостаток финансирования проектных затрат, которые планируется покрывать за счет собственных оборотных средств.

3.1.2 Планирование прибыли от субподряда в тендере ГУП «Мосгортранс»

В сентябре 2016 г. ОАО «Метровагонмаш», входящее в состав ЗАО «Трансмашхолдинг», стало победителем тендера (открытого конкурса) московского городского перевозчика ГУП «Мосгортранс», заказчиком которого является правительство Москвы, на поставку 300 трехсекционных трамваев (100 вагонов в год с возможностью досрочного исполнения) на протяжении 2017–2019

года на общую сумму свыше 56 млрд. руб., разработчиком которой выступает ООО ПК «Транспортные системы».

Проект будет реализовываться предприятиями группы в партнерстве с частной производственной компанией «Транспортные системы». Выпуск трамваев «Витязь М» будет организован на производственной площадке Тверского вагоностроительного завода (завод входит в ЗАО «Трансмашхолдинг»). Первый трамвай «Витязь М» вышел на обкатку в апреле 2017 г. в г. Москве.

ЗАО «Канопус» является субподрядчиком при выполнении государственного заказа, в задачи которого входит изготовление и поставка секционных блоков электрооборудования, располагаемых на крыше трамвая. Оборудование характеризуется пониженной энергоемкостью и длительным периодом эксплуатации. В соответствии с условиями договора, заключенным между заказчиком (МУП «Мосгортранс») и субподрядчиком в течение 2017 г. компания ЗАО «Канопус» должна обеспечить поставку 30 секционных блоков электрооборудования на Тверской вагоностроительный завод, предназначенных для электропитания трамваев «Витязь М». Транспортировка продукции на место назначения будет производиться силами сторонней автотранспортной компании, с которой у ЗАО «Канопус» заключен договор.

В случае возникновения угрозы срыва намеченных сроков и объемов поставки планируется заключение договоров с ООО «СТЭК», г. Миасс на производство низковольтных и высоковольтных кабелей для кабины и 1, 2, 3 секции вагона. В дальнейшем для разгрузки монтажных участков планируется заключение договор на отправку плат и комплектующих для них в Новосибирск (компания НПФ АРС ТЕРМ), где будет происходить сборка и пайка плат, после чего готовые платы будут отправляться в Златоуст и распределяться в блоки посекционно для отправки в г. Тверь («Тверской вагоностроительный завод») для конечной сборки вагона.

Данные предприятия о себестоимости изготовления секционного блока электрооборудования для трамвая «Витязь М» представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Стоимость изготовления секционного блока электрооборудования для трамвая «Витязь М» в ЗАО «Канопус»

В тысячах рублей

| Наименование оборудования (работ) | Стоимость |
|---|-----------|
| 1 Изготовление блока секции, всего, в том числе комплектующих: | 964 |
| – ограничитель напряжения | 14,7 |
| – привод пантографа | 61,2 |
| – блок с автоматическим выключателем | 22,4 |
| – блок коммутации высоковольтный | 30,7 |
| – преобразователь тяговый | 768,3 |
| – ящик с тормозными регистрами | 66,7 |
| 2 Высоковольтные кабели, сборка, пайка | 112 |
| 3 Итого стоимость изготовления секционного блока для трамвая «Витязь М» | 1 076 |

Таким образом стоимость изготовления одного секционного блока составляет 1 076 тыс. руб., что в для всей партии поставок составит 32 280 тысяч рублей (1 076 · 30).

Рентабельность основной деятельности предприятия (или рентабельность затрат) можно представить как частное отделение двух показателей – прибыли от продаж и затрат на производство и реализацию продукции. Следовательно, зная производственные затраты, можно определить прибыль от продаж.

Ориентируясь на стабильность спроса на данную продукцию (предприятие действует на основе договора субподряда ООО ПК «Транспортные системы», г. Москва), руководство ЗАО «Канопус» планирует установить рентабельность деятельности по производству данного вида продукции на уровне 15 %. Тогда, прибыль от реализации данной продукции составит:

$$Pr = 32\,280 \cdot 0,15 = 4\,842 \text{ тыс. руб./год.}$$

Выручка от реализации продукции составит:

$$B = 32\,280 + 4\,842 = 37\,122 \text{ тыс. руб./год.}$$

Планируемые финансовые результаты деятельности предприятия представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – План прибыли от продаж ЗАО «Канопус» от субподряда в тендере
ГУП «Мосгортранс» на 2017 г.

В тысячах рублей

| Показатель | За 2016 год (факт) | Планируемые изменения показателей | План на 2017 год | Планируемые темпы прироста планового показателя по отношению к фактическому, % |
|---|--------------------|-----------------------------------|------------------|--|
| 1 Выручка от продаж | 50 841 | 37 122 | 87 963 | 73,02 |
| 2 Себестоимость продаж, включая коммерческие и управленческие расходы | 45 798 | 32 280 | 78 078 | 70,48 |
| 3 Прибыль от продаж | 5 043 | 4 842 | 9 885 | 96,01 |
| 4 Рентабельность продаж, % (стр.3 / стр.1 · 100) | 9,92 | 1,32 | 11,24 | 13,31 |

В соответствии с данными таблицы 3.6 за счет участия в качестве субподрядчика в выигранном тендере на поставку трамвайного электрооборудования на Тверской вагоностроительный завод предприятие ЗАО «Канопус» планирует увеличение прибыли от продаж на 4 млн. 842 тыс. руб., что на 96 % выше показателя 2016 г. Рентабельность продаж планируется на уровне 11,24 %.

3.1.3 Планирование прибыли от продаж в результате реализации управленческих решений по снижению себестоимости

Результаты проведенного анализа прибыли от продаж за предшествующие планируемому году (2014–2016 гг.) показали, что важнейшим резервом роста прибыли является сокращение себестоимости, что особенно относится к материальным затратам.

Минимизации затрат и увеличению прибыли содействует оптимизация выбора между собственным производством и приобретением комплектующих деталей, услуг и т.д. Для решения проблемы «производить или покупать» может быть использован маржинальный анализ. Анализ может быть подвергнут ряд альтернативных ситуаций с целью выбора из них варианта, оптимального для

деятельности конкретного сегмента бизнеса. Рекомендации, сформулированные по результатам такого управленческого анализа, непосредственно влияют на финансовые результаты предприятия.

В производстве продукции в ЗАО «Канопус» широко применяются различные изолированные провода, которые предприятие изготавливает собственными силами. Годовая потребность предприятия в изолированных проводах по данным производственного отдела составляет порядка 20 тыс. м.

В связи с планируемым увеличением работ с целью разгрузки производственных участков предлагается рассмотреть вариант закупки проводов у предприятия ООО «СТЭК», г. Миасс по цене 115 руб./м. (транспортные расходы включены в цену продукции).

Сравнение затрат предприятия при собственном производстве и в случае закупок на стороне приведены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Планирование прибыли от продаж ЗАО «Канопус» от экономии затрат при обосновании решения «производить или покупать»

| Показатель | Средние затраты на 1м изолированного провода, руб. при вариантах: | | Всего затрат на годовую потребность (20 тыс.м), тыс. руб. при вариантах: | |
|--|--|---------|--|---------|
| | производство | покупка | производство | покупка |
| Затраты на покупку | 0 | 135 | 0 | 2 700 |
| Основные материалы | 79 | 0 | 1 580 | 0 |
| Прямые трудозатраты | 46 | 0 | 920 | 0 |
| Прочие переменные общепроизводственные расходы | 18 | 0 | 360 | 0 |
| Постоянные общепроизводственные расходы | 6 | 0 | 120 | 0 |
| Итого затрат | 149 | 135 | 2 980 | 2 700 |
| Разница в пользу варианта «купить» | | | | -280 |
| Вывод | Планируемое увеличение прибыли от продаж на 280 тыс. руб. от экономии затрат в результате принятия управленческого решения закупки провода вместо его производства собственными силами | | | |

Расчеты показали, что приобретение необходимых комплектующих изделий (провода изолированного) на стороне выгоднее предприятию, т.к. это позволяет обеспечить экономию затрат и соответственно увеличение прибыли на 280 тысяч рублей.

Таким образом, рассмотренные мероприятия в рамках планирования, такие как модернизация системы электрооборудования подвижного состава МУП «ЗТУ», поставка трамвайного электрооборудования на Тверской вагоностроительный завод, принятие решения о закупке комплектующих деталей на стороне взамен собственного производства, показывают возможности предприятия по увеличению прибыли от продаж на 6 млн. 526 тыс. руб., что почти в 1,3 раза больше прибыли от продаж в 2016 году.

3.2 Экономический результат от внедрения процесса планирования прибыли на предприятии

Предприятие самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы развития, исходя из спроса на производимую продукцию и необходимость обеспечения производственного и социального развития. Для составления плана прибыли на 2017 г. воспользуемся методом прямого счета и проведем расчеты в следующей последовательности:

1) Исходной информацией для определения плановой выручки от продаж является планируемое изменение объемов производства и реализации продукции, а также цен на продукцию и приобретаемые ресурсы. Для определения плановой выручки от продаж в расчетах примем, что в плановом периоде она возрастает в соответствии с темпами прироста, сложившимися в 2016 г. (7,25 %) и увеличивается в результате мероприятий, рассмотренных в п. 3.1 работы. Так, если выручка от продаж в 2016 г. составляла 50 841 тыс. руб., а в 2017 году планируется ее увеличение на 48 990 тыс. руб. (11 868 + 37 122), то плановая выручка в 2017 г. составит:

$$B_{2017 \text{ (ПЛАН)}} = 50\,841 \cdot 1,0725 + 48\,990 = 103\,517 \text{ тыс. руб.}$$

2) Определим планируемое увеличение полной себестоимости ($S_{П}$). Плановый показатель рассчитаем в соответствии с коэффициентом затрат (доли полной себестоимости в выручке) в 2016 г. (0,9008). При этом учтем планируемое изменение показателя от реализации мероприятий, рассмотренных в п. 3.1, на 42 464 тыс. руб. (10 464 + 32 280 – 280). Полная себестоимость продаж в 2017 году планируется:

$$S_{П\ 2017(ПЛАН)} = 50\ 841 \cdot 0,9008 + 42\ 464 = 88\ 262 \text{ тыс. руб.}$$

3) Для распределения полной себестоимости по ее составляющим (себестоимости продаж, коммерческим и управленческим расходам) также будем исходить из доли данных затрат в полной себестоимости. В 2016 г. доля себестоимости продаж в полной себестоимости составляла 0,8039, коммерческих расходов 0,0639, управленческих расходов 0,1322 (итого 1,0).

Тогда себестоимость продаж в плановом периоде составит:

$$S_{2017(ПЛАН)} = 88\ 262 \cdot 0,8039 = 70\ 954 \text{ тыс. руб.}$$

Коммерческие расходы составят:

$$КР_{2017(ПЛАН)} = 88\ 262 \cdot 0,0639 = 5\ 640 \text{ тыс. руб.}$$

Управленческие расходы составят:

$$УР_{2017(ПЛАН)} = 88\ 262 \cdot 0,1322 = 11\ 668 \text{ тыс. руб.}$$

Проверка: $70\ 954 + 5\ 640 + 11\ 668 = 88\ 262$ тыс. руб.

4) Плановая валовая прибыль составит:

$$Пв_{2017(ПЛАН)} = B_{2017(ПЛАН)} - S_{2017(ПЛАН)} = 103\ 517 - 70\ 954 = 32\ 563 \text{ тыс. руб.}$$

5) Прибыль от продаж в плановом 2017 г. составит:

$$ПР_{2017(ПЛАН)} = Пв_{2017(ПЛАН)} - КР_{2017(ПЛАН)} - УР_{2017(ПЛАН)} = 32\ 563 - 5\ 640 - 11\ 668 = 15\ 255 \text{ тыс. руб.}$$

6) Аналогичным образом определим прочие доходы и расходы:

Проценты к уплате:

$$Пу_{2017(ПЛАН)} = 10\ 3517 \cdot 0,0024 = 248 \text{ тыс. руб.}$$

Прочие доходы:

$$Дпр_{2017(ПЛАН)} = 10\ 3517 \cdot 0,0152 = 1\ 573 \text{ тыс. руб.}$$

Прочие расходы:

$$Р_{пр\ 2017(ПЛАН)} = 103\ 517 \cdot 0,0061 = 631 \text{ тыс. руб.}$$

7) Определим плановую прибыль до налогообложения:

$$\begin{aligned} ПНО_{2017(ПЛАН)} &= ПР_{2017(ПЛАН)} - Пу_{2017(ПЛАН)} + Д_{пр\ 2017(ПЛАН)} - П_{пр\ 2017(ПЛАН)} = \\ &= 15\ 255 - 248 + 1\ 573 - 631 = 15\ 949 \text{ тыс. руб.} \end{aligned}$$

8) Налог на прибыль рассчитаем по ставке 20 %:

$$Н_{п\ 2017(ПЛАН)} = ПНО_{2017(ПЛАН)} \cdot 0,2 = 3\ 190 \text{ тыс. руб.}$$

Планируемая чистая прибыль составит:

$$Пч_{2017(ПЛАН)} = ПНО_{2017(ПЛАН)} - Н_{п\ 2017(ПЛАН)} = 15\ 949 - 3\ 190 = 12\ 759 \text{ тыс. руб.}$$

Предыдущие расчеты сведены в таблицу 3.8.

Таблица 3.8 – Результаты планирования прибыли ЗАО «Канопус» на 2017 г.

| Показатель | Период, годы | | | | Изменение по годам | | Темп изменения по годам, % |
|----------------------------|--------------|------------|-------------|------------|--------------------|-------------|----------------------------|
| | 2016 (факт) | | 2017 (план) | | Тыс. руб. | Уд. веса, % | |
| | Тыс. руб. | Уд. вес, % | Тыс. руб. | Уд. вес, % | | | |
| Выручка от реализации | 50 841 | 100 | 103 517 | 100 | 52 676 | 0 | 103,61 |
| Себестоимость продаж | 36 815 | 72,41 | 70 954 | 68,54 | 34 139 | -3,87 | 92,73 |
| Валовая прибыль | 14 026 | 27,59 | 32 563 | 31,46 | 18 537 | 3,87 | 132,16 |
| Коммерческие расходы | 2 928 | 5,76 | 5 640 | 5,45 | 2 712 | -0,31 | 92,62 |
| Управленческие расходы | 6 055 | 11,91 | 11 668 | 11,27 | 5 613 | -0,64 | 92,70 |
| Прибыль от продаж | 5043 | 9,92 | 15 255 | 14,74 | 10 212 | 4,82 | 202,50 |
| Проценты к уплате | 123 | 0,24 | 248 | 0,24 | 125 | 0 | 101,63 |
| Прочие доходы | 774 | 1,52 | 1 573 | 1,52 | 799 | 0 | 103,23 |
| Прочие расходы | 311 | 0,61 | 631 | 0,61 | 320 | 0 | 102,89 |
| Прибыль до налогообложения | 5 383 | 10,59 | 15 949 | 15,41 | 10 566 | 4,82 | 196,28 |
| Налог на прибыль | 807 | 1,59 | 3 190 | 3,08 | 2 383 | 1,49 | 295,29 |
| Чистая прибыль | 4 576 | 9,00 | 12 759 | 12,33 | 8 183 | 3,33 | 178,82 |

Результаты плановых расчетов прибыли, представленные в таблице 3.8, позволили сделать следующие выводы. В 2017 г. планируется значительное

увеличение выручки от реализации продукции (на 52 676 тыс. руб.), темп прироста которой планируется в 103,61 %, т.е. выручка увеличится более чем в 2 раза. Это станет возможным, прежде всего, за счет поставок продукции на Тверской вагоностроительный завод по договору субподряда, а также выполнения заказа на модернизацию электрооборудования подвижного состава МУП «ЗТУ» в случае одобрения проекта Администрацией ЗГО. При этом ожидается, что продукция, планируемая к производству и реализации в 2017 г., будет характеризоваться меньшей ресурсоемкостью, что видно при сравнении темпов прироста выручки и себестоимости. Плановый показатель прибыли от продаж находится на уровне 15 255 тыс. руб., что на 10 212 тыс. руб. или почти в 3 раза выше, чем в предыдущем году. Рентабельность продаж планируется на вполне приемлемом уровне 14,74 %, а доля чистой прибыли в выручке от продаж планируется на уровне 12,33 %.

Динамика показателей отчета о финансовых результатах представлена на рисунке 3.1.

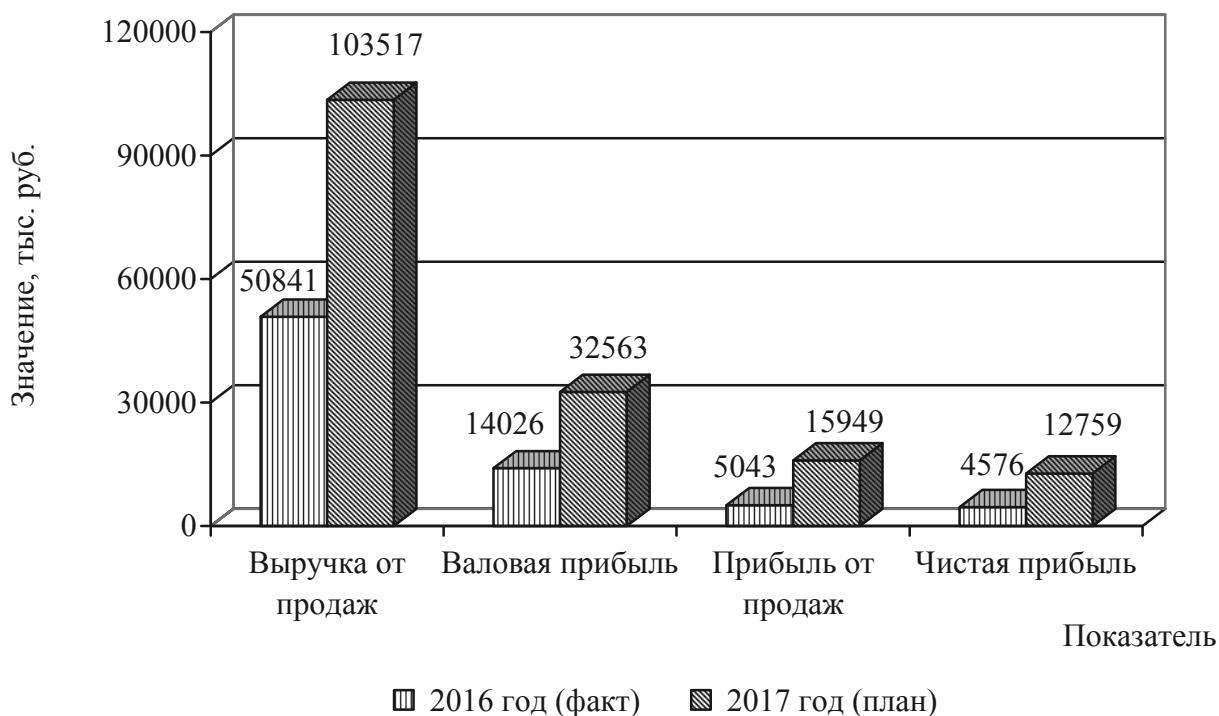


Рисунок 3.1 – Планируемые показатели выручки от продаж и прибыли ЗАО «Канопус» на 2017 г.

Таким образом, результаты планирования прибыли в ЗАО «Канопус» на 2017 год показали, что в результате успешного ведения финансово–хозяйственной деятельности предприятие может достичь высоких показателей выручки и прибыли от продаж.

Выводы по разделу три

В данном разделе выпускной квалификационной работы разработаны пути повышения эффективности управления прибылью ЗАО «Канопус» на основе внедрения ее планирования. Планирование прибыли проведено по следующим вариантам управленческих решений.

1) Выход с предложением к Администрации Златоустовского городского округа осуществить модернизацию системы электрооборудования подвижного состава «Златоустовского трамвайного управления» путем установки комплекта энергосберегающего оборудования. Планируемый результат: получение прибыли от продаж в сумме более 1,4 млн. руб.

2) Участие предприятия в качестве субподрядчика на поставку трамвайного электрооборудования на Тверской вагоностроительный завод в результате выигранного тендера. Планируемый результат: получение прибыли от продаж в сумме 4,8 млн. руб.

3) Принятие решения о закупке комплектующих изделий взамен собственного производства. Планируемый результат: получение прибыли от продаж в сумме 280 тыс. руб.

В соответствии с отчетом о финансовых результатах в 2017 г. планируется увеличение прибыли от продаж порядка 10 млн. руб., что почти в 3 раза больше, чем в 2016 г. и рентабельности продаж до 15 %.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выпускная квалификационная работа на тему: Планирование прибыли предприятия АО «КАНОПУС» посвящена раскрытию теоретических и методологических основ управления прибылью предприятия, а также разработке управленческих решений, позволяющих повысить эффективность деятельности предприятия.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе выступает закрытое акционерное общество «Канопус», основным видом деятельности которого является разработка и производство электрооборудования для городского электротранспорта и городского энергохозяйства.

Цель работы – разработка мероприятий по совершенствованию управления прибылью на основе планирования в АО «Канопус».

Исследуемое предприятие достаточно динамично развивается, увеличивая объемы продажи продукции порядка 8 % в год и разрабатывая новые образцы продукции в соответствии с запросами рынка. В то же время рентабельность финансово–хозяйственной деятельности снижается, как следствие роста затрат. Финансовое состояние предприятия является неустойчивым, поскольку его деятельность в большей степени зависит от заемных средств.

Проведенный анализ позволил сделать выводы о недостаточно эффективном управлении прибылью в АО «Канопус». Эти выводы опираются на следующие тенденции в деятельности предприятия:

- 1) Несмотря на увеличение объемов продаж продукции, наблюдается опережающий по сравнению с выручкой темп роста себестоимости продаж и коммерческих расходов, что ограничивает рост прибыли от продаж (в 2016 г. при темпе прироста выручки в 7,25 %, себестоимость продаж возросла на 7,39 %, коммерческие расходы на 9,13 %). Увеличение коммерческих расходов при этом можно считать экономически целесообразным, т.к. они обусловлены с активизацией маркетинговой деятельности (реклама продукции, маркетинговые

исследования, представительские расходы) и по мнению руководства предприятия должны принести экономическую выгоду в будущем. В то же время значительное увеличение материалоемкости продукции требует поиска резервов сокращения материальных затрат в составе себестоимости продукции.

2) Рост процентов к уплате, связанный с увеличением заемных (кредитных) обязательств, а также прочих расходов негативно влияет на конечный финансовый результат. В результате темпы прироста чистой прибыли ниже темпов прироста прибыли от продаж (в 2016 г. при темпе прироста прибыли от продаж в 5,75 % чистая прибыль увеличилась на 5,36 %).

3) Анализ хозяйственного портфеля показал, что его структура меняется в направлении увеличения удельного веса прибыли от продаж, полученной от реализации энергосберегающего оборудования (с 12,4 % до 28,8 % за период 2014–2016 гг.), т.к. проблема энергосбережения в настоящее время отнесена к стратегическим задачам предприятий, муниципалитетов и государства в целом.

4) Результаты факторного анализа прибыли позволили выявить основные резервы ее роста: резервами роста прибыли от продаж являются снижение себестоимости продукции (в части материальных затрат), изменение структуры продукции в сторону увеличения выпуска и продаж наиболее рентабельных видов продукции. На конечный финансовый результат предприятия (чистую прибыль) положительное влияние также может оказать снижение процентных платежей за пользование заемными средствами, что станет возможным за счет пополнения объемов собственного капитала за счет чистой (нераспределенной) прибыли.

5) Действия руководства предприятия по управлению прибылью следует признать недостаточно эффективными, т.к. на протяжении последних трех лет (2014–2016 гг.) рентабельность финансово-хозяйственной деятельности снижается, т.е. дополнительные финансовые вложения в деятельность предприятия с каждым годом приносят все меньше прибыли.

6) Факторный анализ рентабельности показал повышение рентабельности отдельных видов продукции, таких как датчики оптоволоконные, локальные

коммутаторы и преобразователи напряжения, относящиеся к группе энергосберегающего оборудования. Рентабельность их продаж выше, чем в целом по предприятию. Резервами повышения рентабельности активов и собственного капитала являются ускорение оборачиваемости активов и повышение рентабельности продаж.

С целью совершенствования управления прибылью в АО «Канопус» проведено планирование прибыли по следующим вариантам управленческих решений:

1) Выход с предложением к Администрации Златоустовского городского округа осуществить модернизацию системы электрооборудования подвижного состава «Златоустовского трамвайного управления» путем установки комплекта энергосберегающего оборудования, производимого на предприятии (предлагаемый комплект обеспечивает экономию электроэнергии по сравнению с существующим оборудованием до 49 %). За счет реализации данного проекта планируется получение прибыли от продаж в сумме 1 млн. 404 тыс. руб., что почти на 28 % больше, чем в 2016 году.

2) Участие предприятия в качестве субподрядчика на поставку трамвайного электрооборудования на Тверской вагоностроительный завод в результате выигранного тендера. В результате стабильности спроса и продаж по данной программе планируется увеличение прибыли от продаж на 4 млн. 842 тыс. руб., что на 96 % выше показателя 2016 года.

3) Принятие решения о закупке комплектующих изделий (изолированного провода) на стороне (ООО «СТЭК», г. Миасс) взамен собственного производства, за счет чего планируется увеличить прибыль от продаж на 280 тыс. руб. или на более чем на 5 %, т.к. покупка обойдется предприятию дешевле. Кроме того, в связи с планируемым увеличением работ с целью разгрузки производственных участков это будет своевременно.

С учетом планируемых изменений финансовых результатах методом прямого счета проведено планирование прибыли АО «Канопус» на 2017 г. Результаты

планирования оформлены в виде управленческого документа – отчета о финансовых результатах. В соответствии с данным документом планируется:

- увеличение выручки от реализации продукции порядка 52 млн. руб. или более чем в 2 раза по сравнению с ее значением в 2016 г.;
- увеличение прибыли от продаж порядка 10 млн. руб. или почти в 3 раза;
- повышение рентабельности продаж, которая планируется почти в 15 %.

Планирование прибыли позволяет спрогнозировать деятельность предприятия и его эффективность, вовремя принять корректирующие воздействия и предотвратить негативные последствия для бизнеса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая). – ред. от 03.04.2017.
- 2 Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99). – ред. от 06.04.2015.
- 3 Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99). – ред. от 06.04.2015.
- 4 Аверина, О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / О.И. Аверина, В.В. Давыдова. – М.: КНОРУС, 2014. – 432 с.
- 5 Балашов, В.Г. Технологии повышения финансового результата предприятий и корпораций. Практика и методы: учебное пособие / В.Г. Балашов, В.А. Ириков. – М.: ПРИОР, 2014. – 512 с.
- 6 Балихина, Н.В. Финансы и налогообложение организаций: учебник. / Н.В. Балихина, М.Е. Косов. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 623 с.
- 7 Бекетов, Г.В. Бюджетное планирование и бюджетирование на предприятиях / Г.В. Бекетов // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 5. – С. 14–17.
- 8 Бланк, И.А. Управление прибылью: учебник / И.А. Бланк. – М.: Ника–Центр, 2012. – 768 с.
- 9 Бобошко, Н.М. Финансов–экономический анализ: учебное пособие / Н.М. Бобошко. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 383 с.
- 10 Бочаров, В.В. Коммерческое бюджетирование: учебник / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2013. – 378 с.
- 11 Бухалков, М.И. Внутрифирменное планирование: учебник / М.И. Бухалков. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 400 с.
- 12 Вайс, Е.С. Планирование на предприятии (организации): учебное пособие для студентов вузов (бакалавриат) / Е.С. Вайс. – М.: КНОРУС, 2015. – 335 с.
- 13 Войтоловский, Н.А. Комплексный экономический анализ предприятия: учебник / Н.А. Войтоловский, А.Г. Калинина. – СПб.: Питер, 2015. – 576 с.

- 14 Волков, О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О.И. Волков, В.К. Складенко. – М.: ИНФРА–М, 2014. – 394 с.
- 15 Воронина, М.В. Финансовый менеджмент: учебник для бакалавров / М.В. Воронина. – М.: Дашков и К°, 2016. – 400 с.
- 16 Галкин, Г. Методы определения экономического эффекта от ИТ–проекта / Г. Галкин // Прикладная информатика в экономике. – 2011. – № 24. – С. 17–29.
- 17 Герасимова, В.Д. Анализ и диагностика производственной деятельности предприятий (теория, методика, ситуации, задания): учебное пособие / В.Д. Герасимова. – М.: КНОРУС, 2013. – 256 с.
- 18 Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии: учебник для бакалавров / В.А. Горемыкин. – М.: Юрайт, 2014. – 857 с.
- 19 Губин, И.И. Использование факторного анализа в оценке рентабельности собственного капитала организации / И.И. Губин. – <http://www.fa.ru/projects/mknrsa/skireports>.
- 20 Донцова, Л.В. Анализ бухгалтерской отчетности: учебное пособие / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – М.: Дело и Сервис, 2014. – 304 с.
- 21 Ефимова, О.В. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / О.В. Ефимова. – М.: Омега–Л, 2014. – 354 с.
- 22 Зайков, В.П. Финансовый менеджмент: теория, стратегия, организация: учебное пособие / В.П. Зайков, Е.Д. Селезнева, А.В. Харсеева. – М.: Вузовская книга, 2015. – 340 с.
- 23 Казакова, Н.А. Экономический анализ: учебник / Н.А. Казакова. – М.: ИНФРА–М, 2016. – 343 с.
- 24 Кенчешаова, А.А. Автоматизация бюджетирования. / А.А. Кенчешаова // Российское предпринимательство. – 2013. – № 11. – С. 11–17.
- 25 Ковалев, В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью: учебное пособие / В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2014. – 336 с.
- 26 Когденко, В.Г. Экономический анализ: учебное пособие / В.Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 392 с.

- 27 Калачева, Н.В. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа / Н.В. Калачева, Н.Н. Быкова // Вестник НГИЭИ. – 2015. – № 1. – С. 29–35.
- 28 Кольке Г.И. Планирование на предприятии: практикум / Г.И. Кольке, А.Н. Романова. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2016. – 101 с.
- 29 Конищева, М.А. Финансовое планирование: учебное пособие / М.А. Конищева, Ю.И. Черкасова. – Красноярск: СФУ, 2016. – 254 с.
- 30 Коршунова, М.Т. Управление денежными потоками организации при помощи решения SAP ERP / М.Т. Коршунова, Р.Р. Нурмухаметов // Консультант. – 2013. – № 3. – С. 12–16.
- 31 Крылов, Э.И. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции: учебное пособие / Э.И. Крылов, В.М. Власова, И.В. Журавкова. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 720 с.
- 32 Мануйленко, В.В. Экономическая сущность, виды и функции прибыли хозяйствующего субъекта: современный аспект / В.В. Мануйленко, Т.А. Садовская // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2012. – №33(123). – С. 2–11.
- 33 Мельник, М.В. Экономический анализ в аудите: учебное пособие / М.В. Мельник, В.Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2015. – 543 с.
- 34 Новикова, Н.Е. Распределение и использование прибыли / Н.Е. Новикова // Все для бухгалтера. – 2014. – № 1(277). – С. 25–27.
- 35 Официальный сайт ЗАО «Канопус». – <http://kanopus-group.ru/articles/about/>.
- 36 Пласкова, Н.С. Экономический анализ: учебник / Н.С. Пласкова. – М.: Эксмо, 2013. – 704 с.
- 37 Пласкова, Н.С. Качественные характеристики и аналитические показатели оценки результативности бизнеса / Н.С. Пласкова // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – № 2. – С. 17–22.
- 38 Румянцева, Е.Е. Экономический анализ: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Е. Румянцева. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 381 с.

- 39 Савчук, В.П. Управление прибылью и бюджетирование: учебник / В.П. Савчук. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 436 с.
- 40 Селезнева, Н.Н. Анализ финансовой отчетности организации: учебное пособие / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2016. – 583 с.
- 41 Соколов, Я.Б. Бухгалтерский учет: учебник / Я.В. Соколов. – М.: Изд–во Проспект, 2014. – 537 с.
- 42 Финансово–кредитный энциклопедический словарь: под ред. А.Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 412 с.
- 43 Финансы предприятий: теория и практика: учебное пособие / С.В. Большаков. – М.: Книжный мир, 2014. – 617 с.
- 44 Хруцкий, В.Е. Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования: учебное пособие. / В.Е. Хруцкий, Т.В. Сизова, В.В. Гамаюнов. – М.: Финансы и статистика. 2013. – 398 с.
- 45 Шеремет, А.Д. Финансы предприятий: учебник / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М.: ИНФРА–М, 2011. – 343 с.
- 46 Экономическая теория: учебник / под ред. В.Ф. Борисова. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 495 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Классификация видов прибыли в теории и практике финансового менеджмента

| Признак классификации | Вид прибыли | Примечание |
|---------------------------------|--|--|
| По российскому законодательству | Валовая прибыль | Отчет о финансовых результатах |
| | Прибыль от продаж | |
| | Прибыль до налогообложения | |
| | Налогооблагаемая прибыль | Налоговый кодекс РФ |
| | Чистая прибыль | Отчет о финансовых результатах |
| | Базовая прибыль на акцию | |
| | Разводненная прибыль на акцию | |
| По источника формирования | Прибыль от продаж | Основной вид прибыли, связанный со спецификой вида деятельности. Включает доходы от продажи: товаров (работ, услуг), ценных бумаг, основных средств, другого имущества и имущественных прав |
| | Прибыль от реализации имущества | Доход от продажи отдельных элементов основных фондов и нематериальных активов, запасов, уменьшенный на сумму затрат, понесенных в процессе их реализации |
| | Прибыль от внереализационных операций | Формируется за счет паевого участия организации в совместной деятельности с другими организациями; доходов от владения акциями и облигациями и другими ценными бумагами; доходов по депозитным вкладам |
| По видам деятельности | Прибыль от обычных видов деятельности | Разница между объемом реализации продукции и затратами на производство и сбыт |
| | Прибыль от операционной деятельности | Результат производственно–сбытовой, основной деятельности организации |
| | Прибыль от инвестиционной деятельности | Частично отражается в виде доходов от участия в совместной деятельности, владения ценными бумагами; частично – в прибыли от реализации имущества |
| | Прибыль от финансовой деятельности | Косвенный эффект от привлечения капитала из внешних источников на условиях более выгодных, чем среднерыночные |
| По составу включаемых элементов | Маржинальная (валовая) прибыль | Разница между выручкой–нетто и прямыми производственными расходами по реализованной продукции |
| | Прибыль от продаж | Разница между выручкой от продажи и себестоимостью продаж, включающая коммерческие и управленческие расходы |

Окончание таблицы А.1

| Признак классификации | Вид прибыли | Примечание |
|--|--|--|
| | Прибыль до налогообложения | Общий финансовый результат организации, представляющий собой сумму финансового результата от обычной деятельности и прочих доходов и расходов |
| | Чистая прибыль | Остается после уплаты налога на прибыль в бюджет, выплаты дивидендов акционерам и отвлечения средств за счет прибыли на другие цели |
| | Нераспределенная прибыль отчетного периода | Прибыль, остающаяся в распоряжении организации после уплаты налогов, относимых на чистую прибыль, и подлежащая распределению |
| По характеру использования чистой прибыли | Капитализированная чистая прибыль | Часть чистой прибыли, направляемая на финансирование прироста активов организации |
| | Потребляемая чистая прибыль | Прибыль, расходуемая на выплату дивидендов акционерам и учредителям, персоналу на социальные программы |
| По характеру налогообложения | Налогооблагаемая прибыль | Бухгалтерская прибыль, скорректированная согласно действующему законодательству |
| | Прибыль, не облагаемая налогом | Прибыль, не подлежащая налогообложению согласно законодательству |
| По характеру инфляционной очистки | Номинальная прибыль | Сумма фактически полученной прибыли в действующих ценах, не учитывающая размера инфляции |
| | Реальная прибыль | Номинальная прибыль, скорректированная на уровень инфляции, позволяющая оценить покупательную способность полученной организацией номинальной прибыли |
| В зависимости от рассматриваемого периода формирования прибыли | Прибыль предшествующего периода | Получена в предшествующем периоде |
| | Прибыль отчетного периода | Конечный финансовый результат, выявленный в отчетном периоде за минусом причитающихся за счет прибыли налогов и платежей, включая санкции за несоблюдение правил налогообложения |
| | Прибыль планового периода | Отражена в бизнес-плане организации |
| По значению итогового результата | Положительная прибыль | Получение положительного финансового результата означает признание полезности деятельности организации |
| | Отрицательная прибыль | Получение убытка |
| С позиции консолидации | Консолидированная прибыль | Сводная прибыль по бухгалтерской отчетности о деятельности и финансовых результатах материнских и дочерних организаций |

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Сравнительный аналитический баланс АО «Канопус» за 2014–2016 гг.
В тысячах рублей

| Показатели | Период, годы | | | Отклонение по годам | | % изменения к итогу баланса по годам | | Темп прироста по годам, % | | Удельный вес по годам, % | | | Отклонение удельного веса по годам | |
|--|--------------|-------|-------|---------------------|-------|--------------------------------------|-------|---------------------------|-------|--------------------------|-------|-------|------------------------------------|-------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| АКТИВ I ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | | | | | | | | | | | | |
| Нематериальные активы | 131 | 575 | 835 | 444 | 260 | 11,76 | 2,48 | 338,93 | 45,22 | 0,38 | 1,52 | 1,73 | 1,14 | 0,21 |
| Основные средства | 7495 | 9551 | 14325 | 2056 | 4774 | 54,45 | 45,58 | 27,43 | 49,98 | 21,97 | 25,21 | 29,62 | 3,24 | 4,41 |
| Итого по разделу I | 7626 | 10126 | 15160 | 2500 | 5034 | 66,21 | 48,06 | 32,78 | 49,71 | 22,35 | 26,73 | 31,35 | 4,38 | 4,62 |
| II ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ | | | | | | | | | | | | | | |
| Запасы и НДС | 15798 | 13522 | 18096 | -2276 | 4574 | -60,28 | 43,67 | -14,41 | 33,83 | 46,32 | 35,69 | 37,42 | -10,63 | 1,73 |
| Дебиторская задолженность | 8698 | 12898 | 13806 | 4200 | 908 | 111,23 | 8,67 | 48,29 | 7,04 | 25,51 | 34,05 | 28,55 | 8,54 | -5,50 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 1985 | 1337 | 1295 | -648 | -42 | -17,16 | -0,40 | -32,64 | -3,14 | 5,82 | 3,53 | 2,68 | -2,29 | -0,85 |
| Итого по разделу II | 26481 | 27757 | 33319 | 1276 | 5440 | 33,79 | 51,94 | 4,82 | 19,60 | 77,65 | 73,27 | 68,65 | -4,38 | -4,62 |
| Баланс | 34107 | 37883 | 48357 | 3776 | 10474 | 100 | 100 | 11,07 | 27,65 | 100 | 100 | 100 | 0 | 0 |
| ПАССИВ III КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ | | | | | | | | | | | | | | |
| Уставный капитал | 10 | 10 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,03 | 0,03 | 0,02 | 0 | -0,01 |
| Резервный капитал | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-----------|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|---------------|
| Нераспределенная прибыль | 15 67 0 | 18 67 0 | 22 27 0 | 3 00 0 | 3 60 0 | 79,4 5 | 34, 37 | 19,1 4 | 19, 28 | 45, 94 | 49, 28 | 46, 05 | 3,3 4 | - 3,2 3 |
| Итого по разделу III | 15 68 5 | 18 68 5 | 22 28 5 | 3 00 0 | 3 60 0 | 79,4 5 | 34, 37 | 19,1 2 | 19, 27 | 45, 98 | 49, 32 | 46, 08 | 3,3 4 | - 3,2 4 |
| IV ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| V КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | | | | | | | | | | | | | | |
| Заемные средства | 3 30 0 | 0 | 4 95 3 | - 33 00 | 4 95 3 | - 87,3 9 | 47, 29 | - 100, 0 | 100 ,0 | 9,6 8 | 0 | 10, 24 | - 9,6 8 | 10, 24 |
| Кредиторская задолженность | 14 40 3 | 17 90 2 | 19 46 2 | 3 49 9 | 1 56 0 | 92,6 6 | 14, 89 | 24,2 9 | 8,7 1 | 42, 23 | 47, 26 | 40, 25 | 5,0 3 | - 7,0 1 |
| Оценочные обязательства | 71 9 | 1 29 6 | 1 65 7 | 57 7 | 36 1 | 15,2 8 | 3,4 5 | 80,2 5 | 27, 85 | 2,1 1 | 3,4 2 | 3,4 3 | 1,3 1 | 0,0 1 |
| Итого по разделу V | 18 42 2 | 19 19 8 | 26 07 2 | 77 6 | 6 87 4 | 20,5 5 | 65, 63 | 4,21 | 35, 81 | 54, 02 | 50, 68 | 53, 92 | - 3,3 4 | 3,2 4 |
| Баланс | 34 10 7 | 37 88 3 | 48 35 7 | 3 77 6 | 10 47 4 | 100 | 100 | 11,0 7 | 27, 65 | 100 | 100 | 100 | 0 | 0 |

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица В.1 – Аналитический отчет о финансовых результатах АО «Канопус» за 2014–2016 гг.
В тысячах рублей

| Показатели | Период, годы | | | Отклонение по годам | | Темп прироста по годам, % | | Удельный вес по годам, % | | | Отклонение удельного веса по годам | |
|----------------------|--------------|-----------|-----------|---------------------|----------|---------------------------|------|--------------------------|-----------|-----------|------------------------------------|-----------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Выручка | 43 642 | 47 404 | 50 841 | 3 762 | 3 437 | 8,62 | 7,25 | 100 | 100 | 100 | 0 | 0 |
| Себестоимость продаж | 31 858 | 34 282 | 36 815 | 2 424 | 2 533 | 7,61 | 7,39 | 73,0 0 | 72,3 2 | 72,4 1 | - 0,68 | 0,09 |
| Валовая прибыль | 11 784 | 13 122 | 14 026 | 1 338 | 904 | 11,3 5 | 6,89 | 27,0 0 | 27,6 8 | 27,5 9 | 0,68 | - 0,09 |
| Коммерческие расходы | 2 217 | 2 683 | 2 928 | 466 | 245 | 21,0 2 | 9,13 | 5,08 | 5,66 | 5,76 | 0,58 | 0,10 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------|----------|----------|-----|-----|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Управленческие расходы | 5 150 | 5 670 | 6 055 | 520 | 385 | 10,1 0 | 6,79 | 11,8 0 | 11,9 6 | 11,9 1 | 0,16 | - 0,05 |
| Прибыль от продаж | 4 417 | 4 769 | 5 043 | 352 | 274 | 7,97 | 5,75 | 10,1 2 | 10,0 6 | 9,92 | - 0,06 | - 0,14 |
| Проценты к уплате | 82 | 72 | 123 | -10 | 51 | - 12,2 0 | 70,8 3 | 0,19 | 0,15 | 0,24 | - 0,04 | 0,09 |
| Прочие доходы | 390 | 642 | 774 | 252 | 132 | 64,6 2 | 20,5 6 | 0,89 | 1,35 | 1,52 | 0,46 | 0,17 |
| Прочие расходы | 122 | 224 | 311 | 102 | 87 | 83,6 1 | 38,8 4 | 0,28 | 0,47 | 0,61 | 0,19 | 0,14 |
| Прибыль до налогообложения | 4 603 | 5 109 | 5 383 | 506 | 274 | 10,9 9 | 5,36 | 10,5 5 | 10,7 8 | 10,5 9 | 0,23 | - 0,19 |
| Текущий налог на прибыль | 690 | 766 | 807 | 76 | 41 | 11,0 1 | 5,35 | 1,58 | 1,62 | 1,59 | 0,04 | - 0,03 |
| Чистая прибыль | 3 913 | 4 349 | 4 576 | 436 | 227 | 11,1 4 | 5,22 | 8,97 | 9,17 | 9,00 | 0,20 | - 0,17 |