

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно–Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Экономика промышленности и управление проектами»
Направление подготовки «Экономика»

РАБОТА (ПРОЕКТ) ПРОВЕРЕНА
Рецензент, руководитель отдела по
Работе с фед. сетями АО«МАКФА»
_____/Шамшур Л.Ю./
«__»_____2019 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
ЭПиУП, к.э.н., доцент
_____/Н.С. Дзензелюк/
«__»_____2019 г.

Методические основы оценки деятельности предприятия
на примере АО «МАКФА»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ–38.04.01.2018.2135. ВКР

Руководитель работы, к.э.н.,
доцент
_____/Н.С Дзензелюк/
«__»_____2019 г.

Автор работы
студент группы ЭУ– 330
_____/А.В. Иванова/
«__»_____2019 г.

Нормоконтролер,
ученый секретарь каф. ЭПиУП
_____/Е.Н. Машкова/
«__»_____2019 г.

Челябинск 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ..	11
1.1 Предмет и задачи анализа финансовых результатов и рентабельности предприятия.....	11
1.2 Сравнительная характеристика отечественной и зарубежной методик анализа финансовых результатов и рентабельности.....	17
1.3 Методы оценки финансовых результатов и рентабельности деятельности предприятия.....	21
Выводы по разделу один	36
2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ АО «МАКФА».....	37
2.1 Организационно–экономическая характеристика АО «МАКФА».....	37
2.2 Анализ внешней среды предприятия	44
2.2.1 Анализ макросреды.....	44
2.2.2 Анализ микросреды	47
2.3 Анализ внутренней среды предприятия	52
2.3.1 Анализ финансовых результатов АО «МАКФА» с учетом факторов..	52
2.3.2 Анализ рентабельности деятельности АО «МАКФА» с учетом факторов.....	60
2.3.3 SWOT– анализ.....	67
Выводы по разделу два.....	73
3 СОЗДАНИЕ ПРОЕКТА ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ АО «МАКФА»	76
3.1 Суть проекта, цели, задачи.....	76
3.2 Организационный план проекта.....	85
3.3 Финансовый план проекта	90
Выводы по разделу три.....	94
4 РЕЗУЛЬТАТЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРОЕКТА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОТ ВНЕДРЕНИЯ	96
4.1 Эффективность инвестиций.....	97
4.2 Анализ рисков проекта	99
4.2.1 Анализ чувствительности в Project Expert.....	99
4.2.2 Анализ по методу Монте–Карло	100
4.2.3 Анализ безубыточности	101
Выводы по разделу четыре.....	102
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	104
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	109
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	114
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Устав предприятия АО «МАКФА».....	114
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Баланс АО «МАКФА» за 2015–2017 гг.....	117

ПРИЛОЖЕНИЕ В. Годовая бухгалтерская отчетность – Отчет о финансовых результатах АО «МАКФА» за 2015–2017гг.	119
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Сертификат соответствия АО «МАКФА»	121
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Организационная структура АО «МАКФА» (частичная)...	122
ПРИЛОЖЕНИЕ Е. Сетевой график проекта	123

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях большое значение имеют бухгалтерский учет и анализ финансовых результатов деятельности организации, так как именно финансовые показатели обобщают всю хозяйственную деятельность предприятия.

Благодаря данным бухгалтерского учета можно определить уровень рентабельности предприятия и оценить его экономическую эффективность, а именно, получает ли предприятия прибыль или же несет убытки.

Дискуссионность вопроса формирования финансовых результатов торговых организаций и их влияния на размер прибыли свидетельствует о необходимости непрерывного эффективного управления процессом формирования положительного финансового результата. Сложившаяся методика учета, контроля и анализа, соответствующая современным задачам управления, требует полного раскрытия и информационного обеспечения механизма формирования финансовых результатов. Сложившаяся в торговле система бухгалтерского учета в целом отвечает требованиям налогового законодательства и методологии финансового учета. Однако она недостаточно развита для целей эффективного управления, поскольку недостаточно детализирована и ориентирована на прогнозируемые показатели. Среди основных направлений совершенствования процесса управления формированием финансовых результатов можно выделить внедрение эффективной системы управленческого учета, координирующей деятельность по управлению торговой организацией в целом, включая процессы формирования финансовых результатов ее деятельности [19].

Анализ финансовых результатов позволяет проконтролировать правильность движения финансовых потоков денежных средств организации, их стабильность, проверить соблюдение норм расходования финансовых ресурсов и целесообразность осуществления затрат, а также проследить эффективность управления предприятия в целом.

Роль и значение анализа финансовых результатов деятельности предприятия

особенно велико. Это связано с тем, что предприятие самостоятельно несет ответственность за экономический и финансовый результат своей производственно–хозяйственной деятельности перед акционерами, работниками, банком и кредиторами.

От финансового результата предприятия зависит развитие предприятия, его рентабельность, увеличение производственных мощностей, научно–техническое развитие, материальное поощрение работников, возможность получения дополнительных выгод.

При этом анализ финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия позволяет разработать комплекс мероприятий по его развитию, росту прибыли и рентабельности, нахождению проблемных сфер предприятия и способов их мобилизации.

Цель – разработать мероприятия по оптимизации затрат предприятия АО «МАКФА» для улучшения финансовых результатов и рентабельности.

Для достижения поставленной цели, решаются следующие задачи:

- изучить теоретические и методические аспекты экономического анализа финансовых результатов и рентабельности предприятия;
- проанализировать положения предприятия АО «МАКФА» на рынке с помощью SWOT и PEST анализов;
- проанализировать финансовые результаты и рентабельность на предприятии АО «МАКФА»;
- разработать мероприятия по улучшению финансовых результатов АО «МАКФА»
- обосновать эффективность от внедрения предложенных мероприятий.

Объект – Челябинское макаронное предприятие АО «МАКФА».

Предмет – финансовые результаты и рентабельность деятельности АО «МАКФА».

Проблемами анализа финансовых результатов в отечественной практике занимаются многие ученые. Среди них такие, как Безруких П.С., Никифорова

Н.А., Подольский В.И., Овсейчук М.Ф. и другие.

В работе были использованы методы: стратегического анализа, факторного анализа финансовых результатов, анализа рентабельности предприятия.

Анализ финансового результата и рентабельности деятельности предприятия проведен на основе данных бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах АО «МАКФА» за 2015– 2017гг.

Во введении определена актуальность выбранной темы, поставлена цель и сформулированы задачи, необходимые для ее достижения. Также представлена структура данной работы и список авторов, которые занимались изучением данной темы.

В первой главе раскрыты теоретические и методические основы экономического анализа финансовых результатов и рентабельности предприятия, рассмотрены основные понятия и изучены формулы, необходимые для расчётов анализа, изучены отечественная и зарубежная методики анализа финансовых результатов и рентабельности предприятия и составлена их сравнительная характеристика.

Во второй главе рассмотрена организационно–экономическая характеристика Челябинского макаронного предприятия АО «МАКФА», проведен стратегический анализ предприятия АО «МАКФА» проведен анализ финансовых результатов и рентабельности за три отчетных периода.

В третьей главе разработан проект по улучшению финансовых результатов и рентабельности АО «МАКФА», разработан проект по улучшению финансовых результатов и рентабельности АО «МАКФА»

В четвертой главе представлены результаты моделирования проекта и эффективность от внедрения предложенных мероприятий по улучшению финансовых результатов АО «МАКФА»

В заключении сформулированы основные выводы данной работы, позволяющие с помощью изученных теоретических аспектов и проведенных анализов деятельности предприятия АО «МАКФА» разработать комплекс

мероприятий по улучшению финансовых результатов и рентабельности предприятия.

В работе использованы источники литературы: Савицкая Г.В., Лысенко Д.В., Хеддервик К., Хелферт Э. и другие, а также использованы материалы нормативных документов, регламентирующие порядок формирования и отражения в учете финансового результата.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Предмет и задачи анализа финансовых результатов рентабельности предприятия

Финансовый результат – это экономический итог от производственной и хозяйственной деятельности предприятия, выраженный в денежной форме. Так же финансовый результат отображает прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации, образовавшийся в процессе её предпринимательской или коммерческой деятельности за определенный период [28, с. 115].

В бухгалтерской отчетности финансовый результат отображают путём подсчёта и балансирования всех прибылей и убытков за определенный период деятельности предприятия [30, с. 98].

Одной из главных задач предприятия в условиях рыночной экономики является получение прибыли. На уровне предприятия прибыль является частью чистого дохода, созданного в сфере материального производства. Как правило, прибыль получают от реализации продукции и других видов деятельности (участие в валютных и финансовых биржах, сдача в аренду собственных основных средств). Прибыль рассчитывается как разность между чистой выручкой и полной себестоимостью [17, с. 248].

Существуют следующие основные виды прибыли:

– валовая прибыль – представляет собой разность между выручкой от продаж и себестоимостью реализованной продукции;

– прибыль от реализации продукции – это разность между валовой прибылью и постоянными расходами отчетного периода;

– прибыль до налогообложения – выражается суммой прибыли от финансовой деятельности предприятия и доходов (расходов) от прочих внереализационных операций;

– налогооблагаемая прибыль – это разность между прибылью до налогообложения и суммой прибыли, облагаемой налогом и суммой льгот по налогу на прибыль в соответствии налоговым кодексом РФ;

– чистая прибыль – представляется собой ту прибыль, которая остается у предприятия после всех налогов и других обязательств.

Чем больше предприятие реализует рентабельной продукции, тем больше она получает прибыль, а соответственно тем лучше будет ее финансовое состояние [33 с. 387].

Одним из важных показателей результата и доходности от деятельности торговой предприятия и является прибыль. В экономической литературе отражено большое количество обоснованных суждений о важнейшем значении прибыли как показателя, которое определяет дальнейшие цели роста деятельности торговой предприятия, а так же полученный результат мотивирует к улучшению значений показателя и является основой для расширения текущей работы фирмы. Но чтобы определить качество и эффективность работы торговой организации, мало одного значения прибыли.

Еще одним важным показателем финансового результата деятельности предприятия является рентабельность.

Для изучения полной картины деятельности предприятия, следует измерять различную полученную прибыль с затратами организации. Расчет таких измерений отражает показатель рентабельности предприятия. Значение рентабельности предприятия тесно связан с такими показателями, как товарооборот по покупным ценам, основные средства предприятия, товарооборот по продажным ценам, капитал предприятия.

Таким образом, рентабельность деятельности торговой организации является неотъемлемым инструментом управления хорошей работы фирмы. Понятию рентабельность дано несколько различных определений.

Одно из понятий определено таким образом: рентабельность (от нем. *rentable* – доходный, прибыльный) отражает экономическую эффективность деятельности

предприятия, показывает уровень использования товарных, материальных, трудовых и денежных ресурсов [19, с. 126].

Рентабельность – это оценка эффективности деятельности компания путем сопоставления его финансовых результатов и ресурсов, задействованных для достижения этих результатов. Она отображает эффективность деятельности предприятия, ее прибыльность, доходность производственной, коммерческой и другой деятельности. Это наиболее полно раскрывает окончательный результат деятельности предприятия, что позволяет произвести наиболее точную оценку деятельности [48, с. 78].

Еще одно определение рентабельности: рентабельность – это значение, которое представляет – собой отношение прибыли к сумме затрат на деятельность фирмы, денежным вложениям в организацию коммерческих операций или к сумме имущества предприятия предназначенного для осуществления торгово–хозяйственной деятельности предприятия [18, с. 257].

Значение показателя рентабельности отражает отношение дохода и капитала, которое вложили в получение данного дохода. Отношение прибыли к используемому капиталу, рентабельность помогает увидеть степень прибыльности организации с альтернативным использованием денежными средствами или доходами, получаемыми организацией при похожих обстоятельствах риска. Чем рискованнее обстоятельства, тем в большей прибыли нуждается фирма, чтобы риски были оправданы. Как капитал создает доход, для определения степени прибыльности, как отдача за риск предприятия, так и прибыль предприятия сравнивается с величиной капитала, который был положен для извлечения этих доходов. Рентабельность предприятия является тем значением, которое отражает общую эффективность работы предприятия. Так же можно судить об управлении организацией, потому что большая прибыль и доходность напрямую связаны с грамотностью и правильным подходом принимаемых решений на предприятии. Таким образом, рентабельность является еще и показателем качества управления [12, с. 207].

Показатель рентабельности отражает, насколько долго предприятие сможет работать, а так же получать желаемую прибыль и доходы. Для заключения деловых отношений с кредиторами и инвесторами, вкладывающих денежные средства в имущество организации, показатель рентабельности торгового предприятия отражает надежность работы выше, чем значения показателей финансовой устойчивости и ликвидности, рассчитываемых из соотношений различных статей бухгалтерского баланса [47, с. 391].

Рассчитывая величину прибыли к различным затратам и имуществу предприятия, полученные значения рентабельности можно использовать для дальнейшего прогноза работы фирмы, а так же планировать желаемую прибыль предприятия. При прогнозе сопоставляются текущие показатели деятельности предприятия и ожидаемые, а именно текущая прибыль на вложенный капитал и планируемая прибыль на планируемый капитал организации. Прогноз получения желаемой прибыли основывается на доходах предыдущего времени с учетом прогнозных значений и рационального определения собственных сил, ресурсов, материальной, товарной и технической базы, которой обладает компания.

В настоящее время существует множество разнообразных методов финансового анализа, зависящих от различных поставленных целей. К данным методам можно отнести факторный анализ, предполагающий оценку влияния отдельных факторов на итоговые финансовые показатели с целью определения причин, вызывающих изменение их значений, а также горизонтальный, вертикальный, трендовый, сравнительный и так далее.

Финансовый результат компании выражается в двух формах: доход (прибыль) и убыток. Если затраты превышают доход, то деятельность организации является убыточной, и наоборот, если доход превышает затраты, то деятельность считается прибыльной.

Большая заинтересованность в финансовом состоянии предприятия приводит к его анализу. Только так можно удостовериться в выполнении бизнес-плана, а также увидеть, как продвигается деятельность хозяйствующего субъекта.

Финансовый результат деятельности предприятия – это тот показатель, который интересует всех пользователей учетной информации хозяйствующего субъекта

Основными задачами анализа финансовых результатов являются:

- определение факторов, влияющих на финансовый результат предприятия;
- осуществление контроля над формированием финансового результата предприятия;
- разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов предприятия;
- контроль над применением новых возможностей и выявление дополнительных резервов предприятий.

Информационные источники, необходимые в управлении финансовыми результатами деятельности предприятия, делятся на внутренние и внешние.

К внутренним источникам относятся показатели:

- 1) финансовый учет предприятия (годовая валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистой прибыли);
- 2) управленческий учет (может быть сформирован по различным принципам, таким как: центры ответственности, виды деятельности, виды продукции, виды ресурсов, регионы деятельности);
- 3) показатели, отражающие объем деятельности, сумму и состав затрат, сумму и состав получаемых доходов;
- 4) нормативно–справочные показатели (нормативы: численности, затрат времени, обслуживания, удельных расходов сырья и материалов; нормы: амортизационных отчислений, отчислений прибыли в резервный фонд, ставки налогов, сроки уплаты налогов, проценты за кредит).

К внешним источникам относятся показатели:

- 1) общеэкономическое развитие страны (национальный доход, чистый доход, среднеотраслевые нормы прибыли, средние нормы банковского процента, ставки налога на прибыль, данные об инфляции, ставка рефинансирования);

2) конъюнктура рынка (объем продаж, свободные рыночные ниши, эластичность по цене и доходу, кредитные проценты в зависимости от сумм и сроков предоставления);

3) деятельность конкурентов и контрагентов (цены на сырье, комплектующие, материалы, на продукцию конкурентов, на товары–заменители, рентабельность хозяйственной деятельности конкурентов и контрагентов).

Использование всех представляющих интерес показателей, формируемых из внешних и внутренних источников, позволяет создать на каждом предприятии целенаправленную систему информационного обеспечения, ориентированную не только на эффективное текущее и оперативное управление формированием и использованием прибыли, но и на принятие стратегических решений.

Источники анализа финансовых результатов:

- а) накладные на отгрузку продукции;
- б) данные аналитического бухгалтерского учета;
- в) финансовая отчетность;
- г) соответствующие таблицы бизнес–плана предприятия.

Проведение любого анализа требует определенную последовательность и этапность действий. Анализ финансовых результатов проводится в несколько этапов:

1) проводится анализ прибыли предприятия по составу в динамике, вычисляются темпы роста (спада), сравнивается динамика прибыли предприятия с предыдущими периодами;

2) выявляются факторы, которые влияют на изменение прибыли: изменение объема товарооборота, изменение объема продаж, изменение цен, удельный вес в валовых доходах чистой продукции, удельный вес валовых доходов в товарообороте. Производится факторный анализ прибыли (убытка) от реализации;

3) выявляются возможности увеличения прибыли(использование дополнительных резервов) [16, с. 84].

Таким образом, от величины прибыли и уровня рентабельность зависит эффективность деятельности предприятия. Прибыль предприятия является одной из самых важных экономических категорий и главной целью деятельности предприятия. Сумма прибыли характеризует достигнутый предприятием результат (прибыль или убыток). Но так как прибыль является абсолютной величиной, то она не может в полной мере охарактеризовать финансовую эффективность деятельности предприятия. Для этого необходим относительный показатель результативности финансово–хозяйственной деятельности предприятия – рентабельность. Поэтому финансовые результаты предприятия характеризуются величиной полученной прибыли и уровнем рентабельности. Использование всех представляющих интерес показателей, формируемых из внешних и внутренних источников, позволяет создать на предприятии целенаправленную систему информационного обеспечения, ориентированную не только на эффективное текущее и оперативное управление формированием и использованием прибыли, но и на принятие стратегических решений [1, с. 302].

1.2 Сравнительная характеристика отечественной и зарубежной методик анализа финансовых результатов и рентабельности

В настоящее время в большинстве стран с развитой рыночной экономикой не существует общепринятых стандартов по отчету о финансовых результатах, но, не смотря на это, различия в их составлении и содержании незначительны. Как правило, предприятия этих стран составляют отчетность согласно требованиям IASC – Международного комитета по стандартам бухгалтерского учета. Руководствуясь данными требованиями к финансовой отчетности, она должна содержать ряд определенных документов:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах;
- отчет об изменениях в финансовом состоянии [34, с. 35].

Для сравнительной характеристики методик анализа финансовых результатов были выбраны следующие модели: Российская модель, Франко–Германская модель, Англо–Американская модель.

Краткая сравнительная характеристика представлена в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Сравнительная характеристика методик факторного анализа

Модель	Факторы анализа			
	Основа анализа	Классификация затрат	Степень удобства использования	Практические возможности
Российская модель	Выручка от реализации	По функции: –себестоимость; –коммерческие расходы; –управленческие расходы	Необходимо совершенствование	Позволяет проанализировать затраты другими способами (по функции и по существу)
Франко–Германская модель	Валовой произведенный продукт	по существу: –затраты на приобретение сырья; – затраты на персонал; – амортизация	Менее удобна	Доступен только метод представления (по существу)
Англо–Американская модель	Концепция проданной продукции	по функции: –себестоимость; –административные расходы; –затраты по сбыту; –затраты на исследования; –участие работников в прибылях	Наиболее предпочтительна	Позволяет проанализировать затраты другими способами (по функции и по существу)

Ниже подробнее рассмотрена каждая модель.

В отличие от российской модели отчета о финансовых результатах, основывающуюся на балансе, как главном элементе отчета, в западных моделях предпочтение отдается отчету о прибылях и убытках [38,с. 23].

Отчет о прибылях и убытках показывает результаты операционной деятельности предприятия за определенный период. Этот отчет является важным источником для формирования информации необходимой для прогнозирования деятельности предприятия в будущем. В данном отчете сравнивается сумма

выручки от продажи товаров и другие виды доходов со всеми затратами и капиталовложениями, осуществляемыми в процессе функционирования предприятия. В результате данного отчета можно увидеть получит ли компания чистую прибыль или чистый убыток [39, с. 307].

На отчете о прибыли и убытках основывается англо–американская модель, она очень схожа с российской модельную. Базой для построения данного отчета является концепция проданной продукции. В нее входят все продажи продукции за отчетный период, а также продажи в кредит. А в российской модели учитывается только выручка от реализации. Также важным фактором является классификация затрат (на производство, сбыт, административные, финансовые и прочие расходы). Ключевыми составляющими финансовых отчетов английских компаний являются отчет директоров, отчет о прибылях и убытках, баланс. В дополнение к указанным документам финансовые отчеты могут содержать различные пояснения, справки, комментарии, а также заключения независимых аудиторов [44, с. 420].

Второй достаточно известной и распространенной моделью является франко–германская модель отчета о финансовых результатах предприятия. Отличительные ее особенности заключаются в том, что в качестве базового критерия берут не объем продаж, а валовой произведенный продукт, включающий объем продаж, складированную и отгруженную продукцию, а также классификацию затрат производят их по происхождению (товарно–материальные ценности, зарплата, амортизация, финансовые расходы, налоги). Такое построение модели позволяет отслеживать изменения затрат по их видам и выявлять необходимые потребности в их корректировки [25, с. 317].

Если сравнивать анго–американскую и франко–германскую модели, то рациональней является первая модель.

В отличие от западных моделей, в российской модели основой составления отчета является оценка платежеспособности, из–за этого недостаточное внимание уделяется таким важным показателям, как структура и динамика ресурсов

предприятия. Это вызвано тем, что до настоящего времени современным банковским законодательством предусматривается возможность предоставления кредита без его обеспечения имуществом [37, с. 461].

Однако в последнее время получает развитие система залоговых банков, и коммерческие банки в условиях жесткой конкуренции, наконец–то, начинают понимать, что им более выгодно и надежно выдавать кредиты под залог имущества. Кроме того, в России уже имеется очень широкая сеть специализированных чековых инвестиционных фондов, создаются и другие финансовые институты, работающие с чеками, акциями и другими ценными бумагами. В этих условиях речь идет о реальной ценности ценных бумаг, то есть об их реальной обеспеченности имуществом. Поэтому анализ имущества организации, совершенствование методики его проведения, объективная оценка имущества выходят на первый план [22, с.103].

Также для России огромное значение имеет компьютеризация расчетов по анализу, финансового состояния, в отличие от стран Европы и США, в которых этот процесс достиг высокого уровня. Для российской науки и практики автоматизация экономического анализа является одним из самостоятельных актуальных направлений развития [24, с.49].

В западных моделях большое значение уделяется учету воздействия информации на финансовое положение организации. В нашей стране этот вопрос недостаточно разработан в теоретическом и практическом планах [32, с. 160].

Изучив различные методики составления отчета о финансовых результатах, можно сделать вывод, что, в западных моделях накоплен значительный опыт в подготовке финансовой отчетности, ее структурировании, оформлении и аналитическом наполнении. А в России, с развитием новых направлений и технологий, необходимо обратиться к опыту западных моделей, чтобы соответствовать требованиям международных стандартов. Большое внимание следует уделить логике и технике построения отчетности, равно как и ее аналитическому наполнению. Все это будет способствовать привлечению

иностранных инвесторов в российскую экономику.

1.3 Методы оценки финансовых результатов и рентабельности деятельности предприятия

Большое значение в процессе управления финансовыми результатами отводятся экономическому анализу.

Экономический анализ финансовых результатов предприятия базируется на анализе прибыли, потому что она характеризует абсолютную эффективность работы предприятия. Анализ формирования и использования прибыли проводится в несколько этапов: анализируется прибыль по составу в динамике; проводится факторный анализ прибыли от продажи; изучаются причины отклонения по таким составляющим прибыли, как операционные, внереализационных доходы и расходы; оценивается формирование чистой прибыли и влияние налогов на прибыль [3, с. 203].

В анализе финансовых результатов используются следующие показатели прибыли:

- прибыль от продажи продукции (работ, услуг);
- прибыль от прочей продажи;
- прибыль до налогообложения;
- чистая прибыль.

Под методом экономического анализа финансовых результатов понимается способ подхода к изучению хозяйственных процессов в их становлении и развитии. Как правило, используют вертикальный анализ, горизонтальный анализ, трендовый или факторный анализ.

Вертикальный анализ – определение структуры итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом. Это необходимо для сравнения результата с данными предыдущего периода. Рекомендовано начинать анализ с визуального сравнения каждой статьи

баланса с предыдущим периодом [20, с. 174].

Данный вид анализа позволяет сделать вывод о структуре финансового состояния предприятия в текущем периоде, а также проанализировать динамику этой структуры на будущее.

Горизонтальный анализ – представляет собой сравнительный анализ финансовых показателей за несколько периодов. Также данный метод оценки называют "трендовым анализом". Количество анализируемых периодов может варьировать в зависимости от конкретной задачи, однако качественный анализ, как правило, возможен, когда в анализируемом ряду более 3-х периодов [26, с.57].

При горизонтальном анализе используют два подхода:

- 1) сравнение изменение в абсолютных величинах;
- 2) сравнение изменений в относительных величинах.

Целью проведения горизонтального и вертикального анализа финансовой и бухгалтерского баланса состоит в том, чтобы проанализировать изменения, которые произошли по основным статьям баланса, отчета о финансовых результатов и помочь в принятии управленческих решений на следующий период деятельности предприятия.

Факторный анализ – наиболее распространенный анализ финансовых результатов предприятия, при котором выявляется влияние отдельных факторов на общий показатель (результат) с помощью детерминированных или стохастических приемов исследования. В процессе анализа прослеживается динамика, прослеживается выполнение плана по реализации продукции, выявляются факторы изменения прибыли [21, с. 197].

Чтобы оценить и проанализировать уровень динамику показателей прибыли, необходимо составить, в которой используются данные бухгалтерской отчетности хозяйствующего субъекта из формы №2. Информация, которая содержится в финансовом плане и форме №2, позволяет проанализировать финансовые результаты, полученные от всех видов деятельности хозяйствующего субъекта.

Факторный анализ прибыли имеет наибольшую значимость при оценке финансовых результатов деятельности предприятия [5, с. 68].

Имущество (активы) предприятия могут быть выражены в материальной и нематериальной основе. В составе имущества предприятия выделяются две части. Каждая из частей имеет свое потребительское свойство, а соответственно часть, которая предполагает потребление – оборотные средства и часть, которая не потребляется – внеоборотные активы. Оборотные средства это такие активы, которые в процессе обращения теряют свою физическую форму (полностью или частично), а так же могут быть трансформированы в иной вид. Внеоборотные активы это такие активы, которые в процессе многократного использования предприятием, сохраняют свой первоначальный вид длительное время. В результате использования своего имущества, предприятие получает отдачу в виде доходов и прибыли. Имущество (активы) предприятия и финансовые показатели рассматриваются такими способами – бухгалтерским и управленческим. Бухгалтерский способ отражает баланс активов предприятия и его материально–финансовые ресурсы, а управленческий способ – форму (производительную, товарную, денежно–расчетную) и значение в хозяйственно–торговой деятельности предприятия.

Одним из важных отражений конкурентоспособности предприятия является оптимизация расходов активов предприятия в торгово–хозяйственной деятельности на единицу проданных товаров и услуг и оптимизация оставшихся товаров на балансе, чтобы активы (имущество) работало на предприятие [13, с. 142].

Имущество предприятия может быть выражено в денежном или натуральном виде, в собственной или чужой форме. Это разнообразие отражается структурой баланса предприятия, а именно активом и пассивом. Предприятие обладает финансовыми ресурсами и натуральным имуществом. Финансовые ресурсы образуются, когда инвестиции предприятия выражены в вещественном виде и напротив, когда продажа вещественного вида имущества преобразуется в

финансовые ресурсы. Увеличение- имущества предприятия происходит за счет увеличения собственных и заемных средств [2, с. 59].

Предприятие торговли, которое не имеет собственного производства, закупает товары и продукцию у поставщиков, которую продает в дальнейшем для получения прибыли. Товарооборот по покупным ценам – это покупная стоимость проданных товаров, работ, услуг. Товарооборот по покупным ценам предприятия это товарооборот в начальных, закупочных ценах, без торговой наценки [29, с. 407].

Ниже на рисунке 1.1 представлена модель факторного анализа прибыли от реализации, разработанная Г.В. Савицкой:

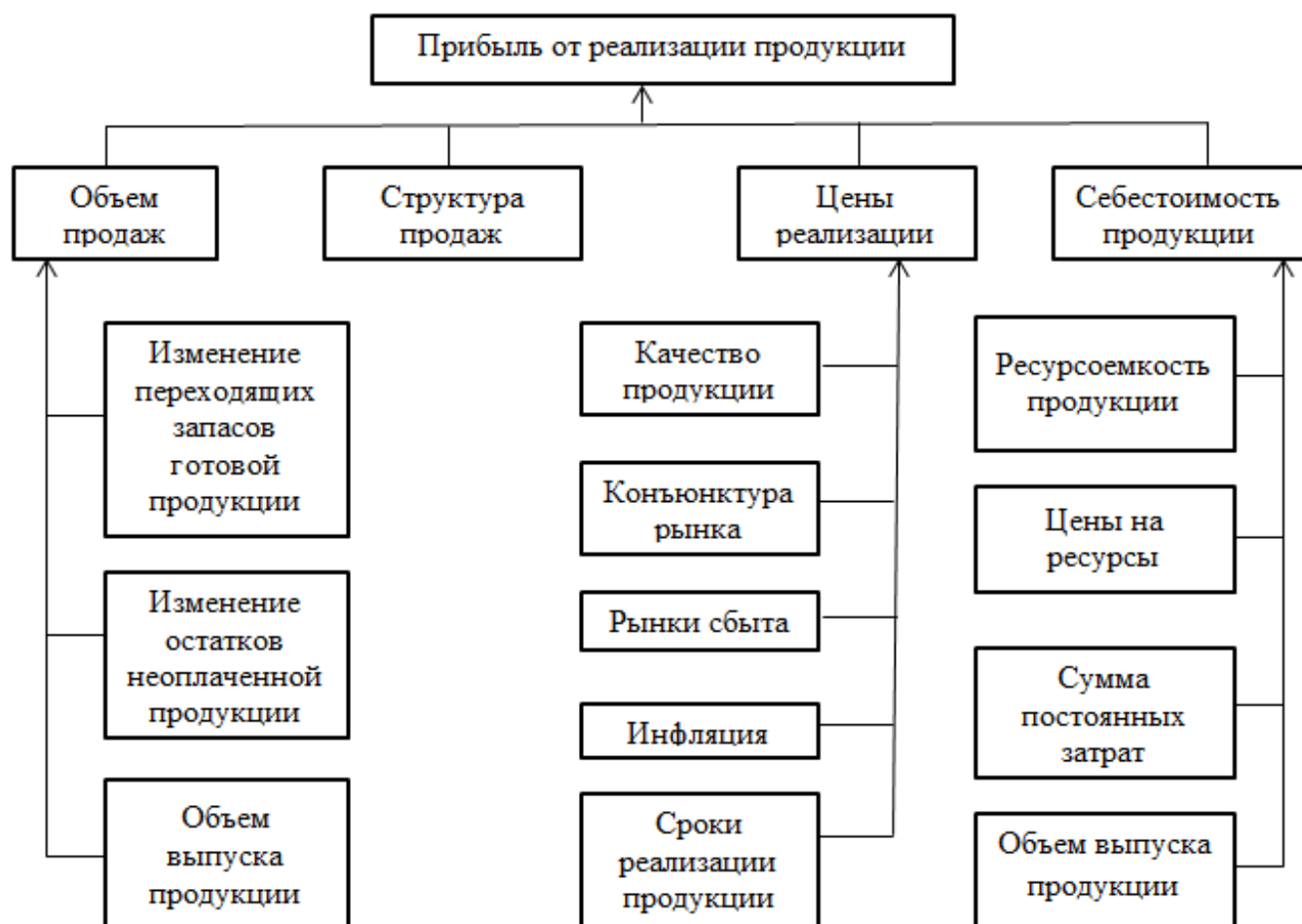


Рисунок 1.1 – Структурно–логическая модель прибыли от реализации продукции

Расчет прибыли от реализации продукции представлен в формуле 1:

$$\Pi = \Sigma [VPP \cdot U_{di} \cdot (C_i - C_i)], \quad (1)$$

где Π – прибыли от реализации продукции;

VPP – объем реализации продукции;

U_{di} – структура товарной продукции;

C_i – уровень среднереализационных цен.;

C_i – себестоимость.

Необходимые данные для проведения факторного анализа прибыли представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от реализации

Показатель	Базисный период	Данные базисного периода пересчитанные на объем продаж отчетного периода	Отчетный период
Выручка от реализации продукции (В)	$\Sigma (VPP_0 C_0)$	$\Sigma (VPP_1 C_0)$	$\Sigma (VPP_1 C_1)$
Полная себестоимость реализованной продукции (З)	$\Sigma (VPP_0 C_0)$	$\Sigma (VPP_1 C_0)$	$\Sigma (VPP_1 C_1)$

Данный показатель показывает зависимость прибыли от четырех факторов первого уровня соподчиненности:

VPP – объем реализации продукции. Оказывает положительное (отрицательное) влияние на прибыль. При увеличении объема продаж рентабельной продукции пропорционально увеличивается прибыль, а при продаже убыточной продукции увеличение объема реализации продукции приводит к уменьшению прибыли;

U_{di} – структура товарной продукции. Оказывает положительное (отрицательное) влияние на прибыль. При увеличении доли более рентабельных

видов продукции увеличивается сумма прибыли, а при увеличении доли низкорентабельной(убыточной) продукции прибыль уменьшается;

C_i – уровень среднереализационных цен. Увеличение уровня цен приводит к увеличению суммы прибыли, и наоборот;

C_i – себестоимость. При снижении себестоимости происходит рост суммы прибыли, а при увеличении соответственно снижение суммы прибыли.

Для нахождения суммы прибыли при фактическом объеме продаж и базовой величине остальных факторов необходимо рассчитать индекс объема реализации продукции предприятия и скорректировать с его помощью базовые показатели. Расчет индекса объема продаж представлен в формуле 2.

$$I_{rp} = \Sigma VPP_1 / \Sigma VPP_0, \quad (2)$$

где I_{rp} – индекс объема реализации;

VPP_1 – объем реализованной продукции в отчетном году;

VPP_0 – объем реализованной продукции в базисном году.

Данный показатель находят путем сопоставления объема реализованной продукции в отчетном году с объемом реализованной продукции базисного года.

Далее необходимо определить сумму прибыли при фактическом объеме и структуре реализованной продукции, но при базисной себестоимости и плановых ценах. Расчет представлен в формуле 3.

$$\Sigma (VPP_1 \cdot C_0) - \Sigma (VPP_1 \cdot C_0), \quad (3)$$

где VPP_1 – объем реализованной продукции в отчетном году;

C_0 – уровень среднереализационных цен в базисном периоде;

C_0 – себестоимость в базисном периоде.

Следующим пунктом подсчитывается, сколько прибыли предприятие получило бы при фактическом объеме реализации продукции, ее структуре и ценах, но при базисной себестоимости продукции. Расчет представлен в формуле 4.

$$\Sigma (VPP_1 \cdot C_1) - \Sigma (VPP_1 \cdot C_0) \quad (4)$$

Для удобства расчетов необходимо систематизировать данные расчетов в виде таблицы. Расчет влияния факторов на изменение суммы прибыли от реализации продукции представлен в таблице 1.3.

Также для оценки эффективности финансовых результатов предприятия необходимо проводить анализ показателей рентабельности. Рентабельность, по сравнению с прибылью, позволяет наиболее полно охарактеризовать окончательные результаты деятельности предприятия, так как ее величина показывает соотношение эффекта с использованными ресурсами [40, с. 245].

Таблица 1.3 – Расчет влияния факторов первого уровня на изменение суммы прибыли от реализации продукции

Показатель прибыли	Факторы				Порядок расчетов
	Объем продаж	Структура продаж	Цены	Себестоимость	
P_0	t_0	t_0	t_0	t_0	$B_0 - Z_0$
$P_{усл1}$	t_1	t_0	t_0	t_0	$P_0 \cdot I_{рп}$
$P_{усл2}$	t_1	t_1	t_0	t_0	$B_{усл} - Z_{усл}$
$P_{усл3}$	t_1	t_1	t_1	t_0	$B_1 - Z_{усл}$
P_1	t_1	t_1	t_1	t_1	$B_1 - Z_1$

Также для оценки эффективности финансовых результатов предприятия необходимо проводить анализ показателей рентабельности. Рентабельность, по сравнению с прибылью, позволяет наиболее полно охарактеризовать

окончательные результаты деятельности предприятия, так как ее величина показывает соотношение эффекта с использованными ресурсами [40, с. 245].

Для того, чтобы точно определить проблемное поле или правильно управлять рентабельностью предприятия, нужно в отдельности видеть всю структуру, источники формирования затрат и вложений организации в ее деятельность, и только в этом случае можно правильно определить и распланировать дальнейшее направление и цели предприятия. Предприятие в своей хозяйственно–торговой деятельности использует определенное имущество, исходя из которого, определяется эффективность, полученная от грамотного использования, и происходит расчет возможных рисков, которые связаны с данным имуществом [15, с. 164].

Все показатели рентабельности имеют в числителе те или иные виды прибыли (прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистая прибыль), а в знаменателе – различные виды затрат (товарооборот по покупным ценам, собственный капитал, имущество). Экономическая сущность рентабельности раскрывается через систему показателей, которые характеризуют эффективность различных сторон деятельности организации (операционной, инвестиционной, финансовой) [23, с. 221].

Экономическая рентабельность или рентабельность активов по чистой прибыли показывает эффективность использования всего имущества организации. Для расчета показателя экономической рентабельности или рентабельности активов по чистой прибыли предприятия в формуле задействованы показатели чистой прибыли и полная средняя стоимость активов предприятия [27, с.87].

Экономическая рентабельность или рентабельность активов по чистой прибыли предприятия находится по формуле 5:

$$R_{\text{ЭК}} = \frac{\text{ЧПр}}{\text{Асрз}}, \quad (5)$$

где $R_{\text{ЭК}}$ –рентабельность активов по чистой прибыли;

ЧПр – чистая прибыль;

Асрз– среднее значение активов предприятия.

Данный показатель отражает способность организации генерировать прибыль без учета структуры его капитала, качество управления активами. Данный показатель учитывает все активы предприятия, а не отдельную часть.

Если экономическая рентабельность (рентабельность активов по чистой прибыли) падает, этому могут служить некоторые причины:

- 1) чистая прибыль предприятия снижается;
- 2) происходит рост средней стоимости основных средств, других внеоборотных активов, а так же оборотных активов.

Если экономическая рентабельность (рентабельность активов по чистой прибыли) растет, этому могут служить некоторые причины:

- 1) чистая прибыль предприятия растет;
- 2) рост тарифов на товары и услуги или уменьшение расходов, связанных с приобретением и реализацией товаров.

Рентабельность продукции (товаров) предприятия показывает, сколько прибыли от продажи товаров, материалов и услуг приходится на 1 руб. затрат. Для расчета показателя рентабельности продукции (товаров) предприятия в формуле задействованы показатели прибыли от продаж и товарооборот по покупным ценам товаров, материалов и услуг предприятия, а именно начальная стоимость товара, материалов и услуг, и затраты, связанные с реализацией данных товаров, материалов и услуг.

Рентабельность производства (затрат)($R_{\text{ПР}}$) характеризует количество прибыли, которое предприятие имеет с каждого в процессе реализации продукции и рассчитывается по формуле 6.

$$R_3 = \frac{\text{Прп}}{\text{Зрп}}, \quad (6)$$

где Прп – прибыль от реализации до налогообложения;

Z_{rp} – сумма затрат по реализованной продукции.

Факторная модель данного показателя имеет следующий вид:

$$R_3 = \frac{f(VP_{\text{Побщ}}, U_{\text{дi}}, C_{\text{i}}, C_{\text{i}})}{f(VP_{\text{Побщ}}, U_{\text{дi}}, C_{\text{i}})} \quad (7)$$

Данный показатель отражает, какая отдача от продажи и перепродажи товаров, материалов и услуг, на сколько, выгодна получаемая прибыль от вложенных и затраченных средств.

Если рентабельность продукции (товаров) падает, этому могут служить некоторые причины:

- 1) прибыль от продаж предприятия снижается;
- 2) происходит увеличение затрат связанных с приобретением и перепродажей товаров, материалов и услуг;
- 3) происходит рост издержек обращения, которые связаны с реализацией товаров, материалов и услуг.

Если рентабельность продукции (товаров) растет, этому могут служить некоторые причины:

- 1) прибыль от продаж предприятия растет;
- 2) происходит снижение затрат связанных с приобретением и перепродажей товаров, материалов и услуг;
- 3) происходит снижение издержек обращения, которые связаны с реализацией товаров, материалов и услуг.

Рентабельность продаж характеризует доходность основной деятельности предприятия. Данный коэффициент необходим для контроля над взаимосвязью между ценами, количеством реализованного товара и величиной издержек производства и реализации продукции. Расчет представлен в формуле 8.

$$R_{\text{пр}} = \frac{\text{ППр}}{B} \quad (8)$$

где $R_{пр}$ – рентабельность продаж предприятия;

$\Pi_{пр}$ – прибыль от продаж;

V – товарооборот по продажным ценам предприятия.

Данный показатель отражает, какое количество товарооборота по продажным ценам предприятия принесло отдачу в прибыли от продаж, на сколько выгодна получаемая прибыль от продаж и реализаций.

Если рентабельность продаж падает, то:

- 1) прибыль от продаж предприятия снижается;
- 2) происходит увеличение товарооборота по продажным ценам.

Если рентабельность продаж растет, то:

- 1) прибыль от продаж предприятия растет;
- 2) происходит снижение товарооборота по продажным ценам.

Рентабельность по прибыли до налогообложения показывает уровень прибыли до выплаты налога. Для расчета показателя рентабельности по прибыли до налогообложения предприятия, в формуле задействованы показатели прибыли до налогообложения и товарооборота по продажным ценам предприятия. Расчет представлен в формуле 9.

$$R_{об} = \frac{\Pi_{рп}}{V_{рп}}, \quad (9)$$

где $\Pi_{рп}$ – прибыль от реализации до налогообложения;

$V_{рп}$ – сумма полученной выручки.

Факторная модель данного показателя имеет следующий вид:

$$R_{об} = \frac{f(V_{рп}^{общ}, U_{дi}, C_{i}, C_{i})}{f(V_{рп}^{общ}, U_{дi}, C_{i})} \quad (10)$$

Данный показатель отражает, какое количество товарооборота по

продажным ценам предприятия принесло отдачу в прибыли до налогообложения, насколько выгодна получаемая прибыль до налогообложения от реализаций и продаж, а так же прочих доходов предприятия.

Если рентабельность по прибыли до налогообложения предприятия падает, этому могут служить некоторые причины:

- 1) прибыль до налогообложения предприятия снижается;
- 2) происходит увеличение товарооборота по продажным ценам.

Если рентабельность по прибыли до налогообложения предприятия растет, этому могут служить некоторые причины:

- 1) прибыль до налогообложения предприятия растет;
- 2) происходит снижение товарооборота по продажным ценам.

Рентабельность основных средств по чистой прибыли показывает, сколько прибыли приходится на 1 руб. основных средств. Для расчета показателя рентабельности основных средств по чистой прибыли предприятия в формуле задействованы показатели чистой прибыли и полная средняя стоимость основных средств предприятия.

Рентабельность основных средств предприятия по чистой прибыли находится по формуле 10.

$$R_{oc} = \frac{Ч_{Пр}}{С_{oc}}, \quad (10)$$

где R_{oc} – рентабельность основных средств по чистой прибыли;

$Ч_{Пр}$ – чистая прибыль;

$С_{oc}$ – средняя полная стоимость основных средств.

Данный показатель отражает, какая польза от основных средств, на сколько, выгодна получаемая чистая прибыль от вложенных и затраченных средств на основные средства.

Если рентабельность основных средств по чистой прибыли падает, этому могут служить некоторые причины:

- 1) чистая прибыль предприятия снижается;
- 2) происходит увеличение стоимости и вложений в основные средства предприятия.

Если рентабельность основных средств по чистой прибыли растет, этому могут служить некоторые причины:

- 1) чистая прибыль предприятия растет;
- 2) происходит снижение стоимости и вложений в основные средства предприятия.

Рентабельность капитала включает в себя несколько показателей: рентабельность совокупного капитала, рентабельность операционного капитала, рентабельность перманентного капитала.

Рентабельность совокупного капитала рассчитывается по формуле 11.

$$R_{KL} = \frac{BP}{KL}, \quad (11)$$

Где BP – прибыль до налогообложения;

KL – среднегодовая стоимость совокупного капитала.

Рентабельность операционного капитала характеризует доходность капитала, который был задействован в операционном процессе. Расчет представлен в формуле 12.

$$ROK = \frac{Под}{OK}, \quad (12)$$

где Под – прибыль от операционной деятельности до налогообложения;

OK – среднегодовая сумма операционного капитала.

Факторная модель данного показателя имеет следующий вид:

$$ROK = \frac{f(VP_{Побщ}, U_{дi}, Ц_{i}, C_{i}, ВФР)}{f(VP_{Побщ}, U_{дi}, Ц_{i}, K_{об})}, \quad (13)$$

где ВФР – внереализационный финансовый результат

Рентабельность перманентного капитала по чистой прибыли предприятия находится по формуле 14.

$$R_{\text{Перм.К}} = \frac{\text{ЧПр}}{\text{СК} + \text{ДО}}, \quad (14)$$

где $R_{\text{Перм.К}}$ – рентабельность перманентного капитала по чистой прибыли;

ЧПр – чистая прибыль;

СК – средняя полная стоимость собственного капитала предприятия;

ДО – средняя полная стоимость долгосрочных обязательств предприятия.

Данный показатель отражает, какое количество собственного капитала, а также долгосрочных обязательств предприятия принесло отдачу в чистой прибыли, на сколько выгодна получаемая чистая прибыль от средств в собственном капитале и долгосрочных обязательствах в средней стоимости.

Если рентабельность перманентного капитала по чистой прибыли предприятия имеет тенденцию к снижению, этому могут служить некоторые причины:

- 1) чистая прибыль предприятия снижается;
- 2) происходит увеличение собственного капитала предприятия;
- 3) происходит увеличение долгосрочных обязательств предприятия.

Если рентабельность перманентного капитала по чистой прибыли предприятия имеет тенденцию к росту, этому могут служить некоторые причины:

- 1) чистая прибыль предприятия растет;
- 2) происходит снижение стоимости собственного капитала предприятия;
- 3) происходит снижение долгосрочных обязательств.

После расчета показателей прибыли и рентабельности предприятия, следует проанализировать тенденцию изменений и выявить определенные факторы,

которые влияют на данные изменения [31, с. 248].

Подводя итог выше изученным показателям, можно сказать, что факторный анализ финансовых результатов и рентабельности деятельности предприятия является одним из важнейших аспектов исследования хозяйственной деятельности предприятия. Прибыль предприятия является одной из самых важных экономических категорий и главной целью деятельности предприятия. Для выявления соответствия между внутренними резервами и возможностями организации обеспечивать конкурентное преимущество, чтобы в будущем удовлетворять потребителей рынка (т.е. экономическое прогнозирование) необходимо углубленно изучать состав и структуру прибыли, проводить факторный анализ финансовых результатов от реализационной деятельности, а так же уделять особой вниманием изучению показателей рентабельности. Анализ финансовых результатов и рентабельности деятельности предприятия является основой для аналитической и прогнозной деятельности предприятия, как для отечественных, так и для зарубежных предприятий.

Факторный анализ рентабельности предприятия показывает степень прибыльности ее деятельности в исследовании уровней и динамики финансовых коэффициентов рентабельности и оборачиваемости, которые являются относительными финансовыми показателями деятельности предприятия, в них заключается анализ рентабельности [43, с. 84].

Совокупность производственно–хозяйственных факторов таких как:

- управление и уровень организации производства в целом;
- структура капитала, включая его источники;
- уровень использования производственных ресурсов;
- затраты на производство и себестоимость изделий;
- различные виды прибыли;
- качество продукции в целом и ее объем выпуска;

Все эти факторы показывают различную степень влияния на уровень и динамику показателей рентабельности [45, с. 360].

Выводы по разделу один

Изучив теоретические и методические основы анализа финансовых результатов и рентабельности предприятия, можно сделать вывод о том, что от величины прибыли и уровня рентабельности зависит эффективность деятельности предприятия. Прибыль предприятия является одной из самых важных экономических категорий и главной целью деятельности предприятия. Сумма прибыли характеризует достигнутый предприятием результат (прибыль или убыток). Но так как прибыль является абсолютной величиной. Она не может охарактеризовать финансовую эффективность деятельности предприятия. Для этого необходим относительный показатель результативности финансово-хозяйственной деятельности предприятия – рентабельность. Поэтому финансовые результаты предприятия характеризуются величиной полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Анализ финансовых результатов и рентабельности деятельности предприятия является основой для аналитической и прогнозной деятельности предприятия, как для отечественных, так и для зарубежных предприятий.

Изучив различные методики составления отчета о финансовых результатах, можно сделать вывод, что, в западных моделях накоплен значительный опыт в подготовке финансовой отчетности, ее структурировании, оформлении и аналитическом наполнении. А в России, с развитием новых направлений и технологий, необходимо обратиться к опыту западных моделей, чтобы соответствовать требованиям международных стандартов. Большое внимание следует уделить логике и технике построения отчетности, равно как и ее аналитическому наполнению. Все это будет способствовать привлечению иностранных инвесторов в российскую экономику.

2 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ АО «МАКФА»

2.1 Организационно–экономическая характеристика АО «МАКФА»

Полное наименование предприятия: акционерное общество «МАКФА». Сокращенное наименование предприятия: АО «МАКФА» [49].

Управляющей организацией является ООО «Управляющая компания «МАКФА».

Уставный капитал предприятия составляет 2800000рублей. Он состоит из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами: 280 штук обыкновенных именных акций номинальной стоимостью 10000рублей каждая.

АО «МАКФА» является лидером на российском рынке макаронных изделий и муки. В Ассортименте предприятия насчитывается более 150 различных наименований выпускаемой продукции.

АО «МАКФА» предлагает широкий ассортимент самых популярных круп, таких как: рис круглозерный, рис длиннозерный, рис длиннозерный шлифованный обработанный паром, крупа гречневая ядрица, продел гречневый, горох колотый, пшено, крупа ячневая. Крупа МАКФА чище, чем требует ГОСТ.

В производстве используются уникальные технологии: микронизация; отбор пшеничных и манной круп из твердых сортов пшеницы на мельнице макаронного помола.

GranddiPasta– это макаронные изделия премиум–класса, произведенные из элитных сортов твердой пшеницы на современном итальянском оборудовании предприятия «МАКФА» по эксклюзивной итальянской рецептуры, приобретенной компанией «МАКФА» у старинной семейной фабрики в Италии.

На мировом рынке макаронных производителей только единичные предприятия–лидеры обладают необходимой производственной, сырьевой и финансовой базой для создания таких премиальных продуктов, как GranddiPasta.

Макаронные изделия «МАКФА» – натуральный продукт, приготовленный

по классической рецептуре макаронного теста: пшеничная мука высокого качества и чистейшая вода.

В производстве макаронных изделий «Смак» используется сырье лучшего качества из экологически чистых сельскохозяйственных районов. Такие макаронные изделия практически не уступают по качеству макаронам из твердых сортов пшеницы. В них так же содержится много витаминов и минеральных веществ, таких как натрий, кальций, магний, железо и другие. Макароны изделия «Смак» вырабатываются на высокотехнологичном оборудовании итальянских фирм Pavan и Fava. Весь производственный процесс этих линий автоматизирован.

В 2015 году минэкономразвития включило АО «МАКФА» в список стратегических предприятий России.

Высокий уровень развития и преимущество предприятия АО «МАКФА» достигнуты благодаря следующим показателям:

- производственные площадки, которые расположены в разных частях страны: в Челябинской, Свердловской, Курганской, Московской областях и Ставропольском крае;

- собственные элеваторы, общей емкостью которых составляет 180 тыс. тонн и 4 мельничным комплексам хлебопекарного помола, производящих свыше 450 тыс. тонн муки в год;

- крупнейший в России и Восточной Европе мельничный комплекс по переработке пшеницы твердых сортов;

- высокотехнологичное производство макаронных изделий, а именно 14 автоматическим линиям;

- современные склады готовой продукции, емкость которых достигает до 6 тыс. тонн;

- собственный торговый филиал в г. Москва, дочернему предприятию в г. Сан-Паулу (Бразилия).

Суммарные производственные мощности АО «МАКФА» превышают 180000

тонн в год (около 20% всего производства макаронных изделий в Российской Федерации, в том числе макарон из твердых сортов пшеницы – около 32%). Годовой объем производства выпускаемой муки всех сортов превышает свыше 450 000 тонн. Объем крупяного производства составляют 10000 тонн в год [50].

Средняя численность работников на всем предприятии в начале 2017 года составила 2450 человек.

Организационная структура предприятия – структура объекта управления (по другим определениям – структура экономической системы, организации как таковой), в которой элементами являются подразделения или отдельные участники системы, а связи выражают включенность участников или подразделений в другие подразделения. Структура может рассматриваться как установившаяся модель технико–технологических, экономических и других взаимодействий между элементами организации – ее подразделениями и отдельными людьми, специализированными на определенных видах деятельности [9, с. 17].

Организационная структура предприятия представлена в приложении Д.

Преимуществами данной организационной структуры является:

- централизованный контроль руководством предприятия важнейших решений;
- отсутствие дублирования функций;
- низкие административные расходы;
- легкое координирование в функциональных областях;
- эффективное решение профессиональных задач.

Но, несмотря на большое количество положительных моментов данной структуры, существует и ряд значительных недостатков:

- проблемы межфункциональной координации;
- чрезмерная фрагментация стратегически важных процессов;
- решение оперативных задач предполагает непосредственное участие

руководства;

– замедленная реакция на изменения окружающей среды.

Органами управления общества являются:

– общее собрание акционеров;

– совет директоров;

– единоличный исполнительный орган [46, с. 299].

В случае назначения ликвидационной комиссии к ней переходят все функции по управлению делами общества.

Органом контроля над финансово–хозяйственной деятельностью Общества является ревизионная комиссия.

Должностные обязанности директора по продажам: отвечает за выполнение планов продаж, организует подготовку договоров на поставку продукции, анализирует и систематизирует клиентскую базу, устанавливает и контролирует отпускные цены, разрабатывает ценовую политику, осуществляет подбор сотрудников отдела.

Должностные обязанности бухгалтерии: выполняет работу по ведению бухгалтерского учета имущества, обязательств и хозяйственных операций, осуществляет прием и контроль первичной документации, участвует в проведении экономического анализа хозяйственно–финансовой деятельности предприятия.

Должностные обязанности финансового отдела: организует управление движением финансовых ресурсов предприятия, обеспечивает разработку финансовой стратегии предприятия, анализирует финансово–хозяйственную деятельность предприятия, контролирует правильность составления и оформления отчетной документации, в том числе отчета финансовых результатах.

Должностные обязанности отдела персонала: ведение учета личного состава работников предприятия и его подразделений, участие в разработке мероприятий по снижению текучести кадров, осуществление контроля над состоянием

трудоустройству дисциплины.

Должностные обязанности директора по качеству: обеспечивает условия для механизации и автоматизации транспортно–складских операций, применения в работе компьютерных систем, участвует в организации мероприятий по рекламе продукции предприятия, следит за соответствием сертификатам качества (Приложение Г).

Перед проведением анализа были рассмотрены основные экономические показатели хозяйственной деятельности АО «МАКФА» и были выявлены их отклонения в периоде 2015–2017 гг., а также определен темп роста.

Основные показатели, характеризующие деятельность предприятия за 2015 – 2017 гг. представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Основные экономические показатели деятельности АО «МАКФА»
В миллионах рублей

Показатели	2015г.	2016г.	2017г.	Отклонения		Темп роста, %	
				2016 – 2015гг.	2017 – 2016гг.	2016 – 2015гг.	2017 – 2016гг.
Выручка от реализации продукции	12771,7	14394,0	14658,5	1622,2	264,6	112,70	101,84
Полная себестоимость	8489,1	8903,2	9339,6	414,1	436,4	104,88	104,90
Валовая прибыль	4282,7	5490,8	5319,0	1208,1	– 171,8	128,21	96,87
Уровень валовой прибыли, %	33,53	38,15	36,29	4,61	– 1,86	–	–
Издержки обращения	2126,6	2653,0	2712,4	526,4	59,3	124,76	102,24
Уровень издержек обращения, %	16,65	18,43	18,50	1,78	0,07	–	–
Прибыль от продажи товаров	2156,1	2837,8	2606,6	681,7	231,1	131,62	91,86
Рентабельность продаж, %	16,88	19,71	17,78	2,8	– 1,93	–	–
Балансовая прибыль.	1511,7	1955,3	1656,0	443,6	– 299,3	129,34	84,69
Рентабельность общая, %	11,84	13,58	11,30	1,74	– 2,29	–	–

Окончание таблицы 2.1

Налог на прибыль	2015г.	2016г.	2017г.	Отклонения		Темп роста, %	
				2016 – 2015гг.	2017 – 2016гг.	2016 – 2015гг.	2017 – 2016гг.
	329,2	370,1	329,0	40,9	– 41,1	112,43	88,89
Чистая прибыль	1193,5	1551,3	1284,1	357,8	– 267,2	129,97	82,77
Среднесписочная численность работников, чел	2220	2420	2384	200	– 36	109,01	98,51
Производительность труда	5,75	5,95	6,15	0,19	0,20	103,39	103,38
Прибыль на одного работника	0,54	0,64	0,54	0,10	– 0,10	119,23	84,02
ФОТ	466,2	580,8	560,2	114,6	– 20,56	124,58	96,46
Среднегодовая заработная плата одного работника	210	240	235	30	– 5	114,29	97,92

Анализируя данные таблицы, сделан вывод, что в 2016 году прирост чистой прибыли составил 357,8 млн. руб. (темп прироста составил 9,97%), это было связано с большим увеличением выручки от реализации продукции на 1622,2 млн. руб. (12,70%), но при этом значительно увеличились издержки обращения на 526,445 млн. руб. (24,76%). Причинами повышения уровня прибыли послужило приобретение. Объем продаж муки всех сортов в 2016 году составил 284 тысяч тонн, что на 4,3% больше продаж 2015 года. В 2016 году произошел рост продаж фасованной муки 1 и 2 кг. Объем продаж в 2016 году составил 149 тысяч тонн, что на 13,5 тысяч тонн больше объемов 2015 года.

Такое увеличение показателей прибыли показывает, что производство увеличило выпуск продукции и что приобретенные новые дочерние предприятия и контрольный пакет акций в другом предприятии стали давать высокие финансовые результаты, а в следствии и прибыль. Так же в 2016 году был приобретен крупяной завод в Троицком районе Алтайского края.

В 2017 году произошло снижение прибыли на 267,2 млн. руб. Такое

серьезное снижение произошло по ряду значительных факторов. Как видно из показательной значительно возросла себестоимость продукции на 436,4 млн. руб., это произошло из-за резкого увеличения цен на твердые сорта пшеницы практически в три раза (по сравнению с декабрем 2016 года цена возросла с 10–11 тыс. руб., до 27–30 тысяч рублей за тонну). Из-за увеличения себестоимости увеличилась и цена для оптового потребителя – она возросла на 15%. В связи с такими причинами поставки сократились, и прирост выручки от реализации продукции в 2017 году был не значителен, всего 1,84% (264,6 млн. руб.).

Подводя общий итог выше изученным материалам и показателям, сделан вывод, что АО «МАКФА» является социально-значимым объектом и в 2017 году включено в 5 предприятий стратегической поддержки области. Высокая квалификация специалистов, усовершенствованная технология, современное оборудование, мощное техническое оснащение позволяют производить макароны, муку и крупы высокого качества. Продукция торговых марок предприятия АО «МАКФА» является одной из самых популярных среди потребителей в разных странах на протяжении многих лет, благодаря высоким показателям качества производимой продукции и разнообразию ассортимента. АО «МАКФА» предлагает широкий ассортимент самых популярных круп, таких как: рис круглозерный, рис длиннозерный, рис длиннозерный шлифованный обработанный паром, крупа гречневая ядрица, продел гречневый, горох колотый, пшено, крупа ячневая. Крупа МАКФА чище, чем требует ГОСТ.

Прежде чем проводить анализ финансовых результатов и рентабельности необходимо рассмотреть, как предприятие способно реагировать на различные воздействия из внешней среды. Внешняя среда предприятия имеет микросреду предприятия и макросреду. Микросреда включает силы, имеющие непосредственное отношение к самому предприятию и его возможностям. Макросреда представлена силами более широкого социального плана, которые оказывают влияние на микросреду.

2.2 Анализ внешней среды предприятия

2.2.1 Анализ макросреды

Действие внешней среды на предприятие огромно, оно может выражаться в разных факторах, предоставлять благополучные условия для успешной работы всего предприятия, или наоборот, представлять угрозу его существования. Условия действий внешней среды разнообразно, она состоит из множества компонентов, оказывающие разное влияние на процветание предприятия.

Невозможно предприятию быть в отрыве от внешней среды, следует постоянно с ней контактировать. Разнообразие составляющих внешней среды в значительной степени оказывают влияние на предприятия каждое в своей степени и периодичности. И для успешного развития необходимо проводить исследования факторов, влияющих на процветание предприятия. Чтобы осуществить данное действие, пользуются PEST–анализом.

При использовании PEST–анализа значимые факторы и явления дальнего окружения разделяются на четыре категории:

P (Political) – политико–правовые факторы (степень государственного регулирования экономики, политическая стабильность и последовательность власти, отношения с региональными властными структурами, законодательная база, антимонопольное регулирование);

E (Economic) – экономические факторы (экономический рост/спад, инфляция, безработица, уровень налогообложения, ставка рефинансирования, стабильность денежной единицы, таможенное регулирование, инвестиционная привлекательность);

S (Social) – социально культурные факторы (демографическая ситуация, культурные нормы, стиль жизни, мода, религия, экология);

T (Technological) – технологические факторы (появление новых технологий, внедрение новых материалов, увеличение глубины переработки, дефицитность

ресурсов, снижение энергозатрат).

Основные положения проведения PEST – анализа:

1. Стратегический анализ каждой из четырех указанных компонент должен быть достаточно системным, так как все эти компоненты тесным и сложным образом взаимосвязаны.

2. Нельзя полагаться только на эти компоненты внешней среды, так как реальная жизнь значительно шире и многообразнее.

3. PEST – Анализ не является общим для всех организаций, так как для каждой из них существует свой особый набор ключевых факторов.

Таблица 2.2 – PEST – анализ предприятия

Политические (Political)	Экономические (Economic)
<ul style="list-style-type: none">– Финансирование, гранты и инициативы– Поддержка отечественного производителя– Взаимоотношения предприятия и органов местной власти	<ul style="list-style-type: none">– Инфляция– Угроза высоких темпов инфляции– Изменение ставки налога на прибыль
Социальные (Social)	Технологические (Technological)
<ul style="list-style-type: none">– Принятие нового Трудового кодекса– Нехватка квалифицированных кадров– Реклама и связи с общественностью– Экологическая ситуация	<ul style="list-style-type: none">– Внедрение в отрасли новых производственных технологий– Финансирование исследований– Развитие конкурентных технологий

При оценке макросреды важно избежать таких проблем, как сильное сокращение количества данных, используемых для принятия решения, трудность выделить в наибольшей степени влияющие факторы при охвате большого объема данных, неправильная интерпретация результатов анализа, неточность в результатах анализа. Также требуется проводить анализ макросреды на постоянной основе, учитывать взаимовлияние факторов внешней среды, проводить оценку с точки зрения нескольких экспертов, чтобы избежать субъективности мнения. Также к проблемам, возникающим при проведении анализа, можно отнести краткосрочную ориентацию организаций, то есть,

проведение исследований только при наличии свободных средств, что не дает существенного эффекта при стратегическом планировании; неодобрение и непонимание анализа; сложность анализа для диверсифицированных организаций, Данные PEST–анализа представлены в таблице 2.2.

Рассмотрим более подробно некоторые из данных факторов с точки зрения их влияния на предприятие.

При финансировании государством компания может увеличивать объемы производимой продукции, что повлечет и увеличение прибыли; будут уделены льготы. Поддержка отечественного производителя заключается в сокращении импорта товаров–аналогов, что является стимулирующей мерой для производства и сбыта товарного рынка, на котором функционирует предприятие.

С социальной точки зрения: при изменении или принятии нового Трудового кодекса могут поменяться условия труда работников предприятия. Нехватка квалифицированных кадров может привести к снижению объемов производимой продукции, к проблемам освоения новых технологий. Необходимо автоматизировать и механизировать труд. Реклама позволит предприятию повысить конкурентоспособность продукции. Вследствие ухудшения экологического состояния и изменения климата объемы выращиваемого зерна могут уменьшиться, что приведет к росту цен на данный товар продукт

С экономической точки зрения: инфляция приведёт к снижению платёжеспособности потенциальных потребителей, как следствие возникает кризис сбыта предприятия. Угроза высоких темпов инфляции может привести обесцениванию накоплений завода. Поэтому необходимо Введение финансовых операций, сохраняющих покупательную способность средств. При уменьшении ставки косвенных налогов и налога на прибыль, предприятие сможет больше производить, следовательно, вырастет спрос на ресурсы, на труд. Таким образом, снижение косвенных налогов может привести к подъему в хозяйстве и увеличить занятость.

С технологической стороны: внедрение новых технологий в производство

может увеличить качество макаронных изделий, снизить издержки на изготовление. Финансирование исследований в области выращивания зерновых культур приведет к улучшению показателей качества продукции. Развитие конкурентных технологий может повлиять на изменение издержек у предприятий–конкурентов, что приведет к уменьшению цены на конкурентный товар.

2.2.2 Анализ микросреды

После рассмотрения внешней среды путем PEST–анализа макросреды предприятия АО «МАКФА» необходимо перейти к рассмотрению микросреды предприятия. Микросреда представляет собой силы, непосредственно влияющие на само предприятие и его возможности. К таким силам относят: конкурентов, потребителей, поставщиков, посредников и контактные аудитории.

Анализ микросреды предприятия удобно проводить с помощью «модели Портера».

Согласно модели Портера состояние конкуренции в отрасли является результатом действия пяти конкурентных сил:

1. Соперничество между конкурирующими продавцами в отрасли.
2. Потенциальное появление новых конкурентов.
3. Рыночные попытки компаний из других отраслей завоевать потребителей с помощью своих товаров–заменителей.
4. Рыночная власть и средства воздействия, используемые поставщиками сырья.
5. Рыночная власть и средства воздействия, используемые потребителями продукции.

Все пять конкурентных сил совместно определяют интенсивность отраслевой конкуренции и прибыльность, при этом наиболее мощная сила или силы приобретают решающее значение с точки зрения формулирования стратегии.

Анализ состояния конкуренции на рынке по производству макаронных изделий с помощью модели Портера (пяти сил конкуренции) представлен в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Шкала оценки конкуренции в отрасли

Факторы	Минимальные характеристики	Шкала оценок					Максимальные характеристики
		1	2	3	4	5	
Темп роста	отсутствуют			*			высокий
Барьеры вступления на рынок	отсутствуют			*			вступление невозможно
Уровень конкурентного соревнования	невысокий				*		высокий
Ценовая борьба	отсутствует		*				высокая
Дифференциация услуг	моно услуги			*			широкий ассортимент
Качественные требования к услугам	низкие				*		высокие
Влияние поставщиков	невысокое		*				поставщик–монополист
Технологическая оснащённость	Обычные технологии			*			высокие технологии
Уровень инноваций	отсутствуют					*	частые инновации
Уровень менеджмента	низкий				*		Современный менеджмент

Подводя итог таблице 2.3, стоит отметить, что в данной отрасли макаронных изделий достаточно высокий уровень конкуренции, это проявляется за счет постоянного развития и совершенствования технологий производства, введения инноваций и расширения ассортиментного ряда.

В настоящее время в России насчитывается около 30 средних и крупных узкоспециализированных производителей макаронных изделий с объемом выпуска более 5 тыс. тонн в год. Кроме того, существует несколько сотен предприятий, которые выпускают макаронные изделия наряду с другим ассортиментным рядом продуктов питания. Их общая доля в производстве составляет менее 2%. При этом объем производства 10 крупнейших предприятий составляет более 70% рынка макаронных изделий. Анализ конкурентов представлен в таблице 2.4.

Основными игрокам на рынке макаронных изделий являются: АО «Макфа», АПК «Агрос», комбинат хлебопродуктов им. Григоровича «Союз–Пищепром»,

«Алтан», ИнфоЛинк и Euro Foods.

Таблица 2.4 – Анализ конкурентов на рынке макаронных изделий

Фирма конкурент	Конкурентное положение	Доля на рынке	Стратегическое положение	Конкурентная стратегия
АПК «Агрос»	Прочное в движении, стремится поднять свой рейтинг	В ассортименте представлено более 40 наименований макаронных изделий. Очень высокая доля рынка	Наступательное	Продукт выпускается АО «Экстра М» на самом современном итальянском оборудовании в соответствии с ГОСТ Р 51865–2002.
Комбинат хлебопродуктов им. Григоровича «Союз–Пищепром»,	Среднее положение	В ассортименте компании представлено около 10 наименований макаронных изделий. Невысокая доля рынка	Консервативное	Единый хозяйственный комплекс позволил внедрить на предприятиях «Союз–Пищепром» технологии мирового уровня, а также использовать оборудование всемирно известных фирм из Швейцарии, Италии и Германии.
«Алтан»,	Среднее положение	В ассортименте представлено около 22 видов макаронных изделий. Относительно высокая доля рынка	Сочетание оборонительного и наступательного поведения	Организована новая структура отдела продаж, введен институт эксклюзивных торговых представителей. «АЛТАН» имеет более 60 дистрибуторов и продает продукцию в 63 регионах России, в 22 из них работают региональные представители.
ИнфоЛинк «Шебекинские»	Прочное в движении, стремится поднять свой рейтинг	В ассортименте представлено около 30 видов макаронных изделий. Высокая доля рынка	Наступательное	ИнфоЛинк отказались от вертикальной интеграции производства к мельничным комплексам, что позволяет выбирать лучшее зерно и лучшую муку для производства «Шебекинских» макаронных изделий
Euro Foods «Gallina Blanca»	Среднее положение	В ассортименте представлено около 20 наименований макаронных изделий. Относительно невысокая доля рынка	Консервативное	С 2002 года началась особая активность компании, результатом которой явилось появление макаронных изделий из твердых сортов пшеницы на российском рынке

Проведя анализ конкурентов на рынке макаронных изделий, можно сделать вывод о том, что основными конкурентами предприятия АО «МАКФА» являются предприятия «Алтан» и «ИнфоЛинк».

«Алтан».

Компания было основана в 1988 году в городе Барнауле. «Алтан» представляет собой негосударственную холдинговую структуру, объединяющую крупные предприятия Алтайского края. Компания специализируется на глубокой переработке твердых сортов пшеницы и производстве макаронных изделий под торговой маркой «Гранмулино» из крупки твердых сортов пшеницы. Объем производства этой марки – 3900 тонн высококачественных макаронных изделий в месяц, хлебопекарной муки и макаронной крупки – до 165 тонн в сутки.

Макаронные изделия «Granmulino» (22 наименования) изготовлены по итальянской технологии из лучших сортов твердой пшеницы Алтая. Соотношение "цена– качество" макарон «Granmulino» является оптимальным и привлекательным для покупателей.

«ИнфоЛинк».

Весь опыт работы с итальянскими производителями макаронных изделий, включая аутсорсинг на итальянских фабриках, был вложен в собственный производственный проект под маркой «Шебекинские». «ИнфоЛинк» стала первой российской компанией, которая установила итальянские линии для производства макаронных изделий всех трёх основных типов: длинных, фигурных (короткорезанных) и специальных форматов (гнезда, бабочки и др.). В результате были созданы макаронные изделия из лучшего российского зерна твёрдых сортов пшеницы, максимально приближенных к итальянским по качеству.

Компания «ИнфоЛинк» владеет двумя современными фабриками по производству макаронных изделий: «Макаронно–кондитерское производство» (г. Шебекино, Белгородская область) и «Тульская макаронная фабрика» (г. Тула).

ИнфоЛинк отказались от вертикальной интеграции производства к мельничным комплексам, что позволяет выбирать лучшее зерно и лучшую муку

для производства «Шебекинских» макаронных изделий.

Далее необходимо выделить наиболее значимые и вероятные факторы для дальнейшего анализа составить матрицу возможностей и угроз (таблица 2.5-2.6).

Таблица 2.5 – Матрица Возможностей

Вероятность использования возможностей	Влияние на организацию		
	Сильное (С)	Умеренное (У)	Малое (М)
Высокая (В)	Увеличение объемов продаж	Снижение издержек	
Средняя (С)	Высокая степень внедрения новых технологий	Высокая степень внедрения новых технологий	Поддержка отечественных производителей со стороны государства
Низкая (Н)		Охват возможно большего числа потребителей	

Наиболее значимыми факторами внешней среды, на которые стоит обратить внимание, являются факторы: увеличение объемов продаж, снижение издержек производства и высокая степень внедрения новых технологий. Данные факторы помогут улучшить финансовое состояние организации.

Таблица 2.6 – Матрица угроз

Вероятность реализации угрозы	Влияние на организацию			
	Разрушение (Р)	Критическое состояние (К)	Тяжелое состояние (Т)	"Легкие ушибы" (У)
Высокая (В)	Рост цен на сырьё			
Средняя (С)		Быстронарастающая конкуренция	Снижение покупательской способности населения	
Низкая (Н)	Падение уровня продаж	Неурожай пшеницы		Отсутствие квалификации у персонала

Исходя из таблицы 2.6. можно сделать вывод, что наиболее сильное

отрицательное влияние на развитие предприятия могут оказать такие факторы , как рост цен на сырье, быстрорастущая конкуренция.

Анализ конкурентов показал, что на рынке макаронных изделий достаточно высокий уровень конкуренции и их влияние на деятельность АО «МАКФА» достаточно велико. Поэтому необходимо изучать своих конкурентов, анализировать, что бы во время предпринять меры по удержанию своего сегмента рынка и иметь возможность расширять свою сферу деятельность, путем поиска новых каналов сбыта.

2.3 Анализ внутренней среды

2.3.1 Анализ финансовых результатов предприятия АО «МАКФА»

Приступая к анализу финансовых результатов предприятия АО «МАКФА», необходимо выявить, в соответствии ли с установленным порядком рассчитаны экономические показатели:

- валовая прибыль;
- прибыль от продаж;
- прибыль до налогообложения;
- чистая прибыль отчетного периода и все исходные составляющие для формирования прибыли, такие как выручка от продаж продукции, себестоимость реализации продукции; расходы по продажам и управленческие расходы, прочие доходы и расходы;
- подтвердить достоверность данных «Бухгалтерского баланса» и «Отчета о финансовых результатах» [4].

Анализ финансовых результатов предполагает решение следующих задач:

- анализ состава и динамики прибыли;
- трендовый анализ финансовых результатов;
- факторный анализ прибыли;

– анализ показателей рентабельности.

Целью анализа является количественная и качественная оценка факторов, которые влияют на изменение прибыли и рентабельности деятельности предприятия. Также необходимо определить влияние издержек на изменение прибыли или влияние на прибыль изменения цен, вызванного рыночной конъюнктурой [41, 83].

Перед проведением факторного анализа финансовых результатов необходимо провести общий анализ финансовых результатов АО «МАКФА» за три периода 2015–2017гг, необходимые данные представлены в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Анализ финансовых результатов АО «МАКФА» 2015–2017 гг.

В миллионах рублей

показатели	Обозначение	2015г.	2016г.	2017г.	абсолютные отклонения		относительные отклонения	
					2016 – 2015гг.	2017 – 2016гг.	2016 – 2015гг.	2017 – 2016гг.
Выручка от реализации продукции	В	12771,7	14394,0	14658,5	1622,2	264,6	112,7	101,84
Полная себестоимость	С/с	8489,1	8903,2	9339,6	414,1	436,4	104,88	104,9
Валовая прибыль	ВП	4282,7	5490,8	5319,0	1208,1	– 171,8	128,21	96,87
Коммер. расходы	КоммР	1732,7	2198,3	2302,0	465,6	103,7	126,87	104,72
Управл.расходы	УпрР	393,9	454,8	410,4	60,9	– 44,4	115,45	90,24
Прибыль от продаж	Ппр	2156,1	2837,8	2606,6	681,7	– 231,1	131,62	91,86
Доходы от участия в др. организациях	Д	–	–	–	–	–	–	–
% к получению	–	81,1	52,2	49,0	– 28,9	– 3,2	64,41	93,83
% к уплате	–	292,9	256,3	200,0	– 36,5	– 56,3	87,53	78,02
Прочие доходы	ПрД	818,6	632,3	581,3	– 186,4	– 51,0	77,23	91,93
Прочие расходы	ПрР	1251,2	1310,6	1390,9	59,4	80,3	104,75	106,13
Прибыль до налогообложения	Пн	1511,7	1955,3	1646,0	443,6	– 309,3	129,34	84,18
Текущий налог	Н	329,2	370,1	329,2	40,9	– 40,9	112,43	88,94
Изменение отлож. налог. обязательств	–	15,8	12,9	24,7	– 2,9	11,8	81,86	190,87

Окончание таблицы 2.7

показатели	Обоз- начение	2015г.	2016г.	2017г.	абсолютные отклонения		относительные отклонения	
					2016 – 2015гг.	2017 – 2016гг.	2016 – 2015гг.	2017 – 2016гг.
Изменение отложен.налог. активов	–	1,0	10,1	8,0	9,1	– 2,1	1003,08	79,52
Прочее	–	42,0	4,0	10,0	– 38,0	6,0	9,52	250
Чистая прибыль	ЧП	1193,5	1551,3	1284,1	357,8	– 267,2	129,97	82,77

Анализируя данные таблицы, сделан вывод, что в 2016 году суммарный объем выручки увеличивается на 12,7% (1622,2 млн. руб.) по сравнению с предыдущим годом. Прирост объема предоставляемых товаров положительно влияет на финансовое положение предприятия, увеличивает его долю рынка. На конец 2016 года суммарный объем выручки составляет 14394 млн. руб.

В 2017 году объем выручки незначительно увеличился, всего 1,84% (264,6 млн. руб.). Общий суммарный годовой объем выручки составил 14658,5 млн. руб.

В 2016 году прирост себестоимости не превышает прирост выручки. Это положительная тенденция, указывающая на то, что у предприятия остается больше средств для осуществления остальных расходов. А в 2017 году можно увидеть обратную ситуацию, прирост себестоимости значительно превысил прирост выручки в 2 раза, данная ситуация показывает, что у предприятия значительно возросли затраты на производство продукции и на ее выпуск.

Данная ситуация значительно повлияла и на объем валовой прибыли. Если в 2016 году можно наблюдать значительный ее рост на 1208,1 млн. руб., то в 2017 году из-за резкого роста себестоимости объем валовой прибыли оказался значительно ниже показателя предыдущего периода на 171,8 млн. руб.

Коммерческие расходы увеличиваются с каждым годом плавно 1732,7 млн. руб., 2198,3 млн. руб., 2302 млн. руб. соответственно, что говорит о равномерном распределении расходов.

Управленческие расходы в 2017 году значительно сократились с 454,8 млн. руб. до 410,4 млн. руб. Это произошло в связи со сменой топ менеджеров,

директора по финансам и управляющий, причиной увольнения которых стала недостаточная эффективность в управлении. При новых руководящих должностях эта ситуация была исправлена.

Как результат рассмотренных выше факторов предприятие сформировало положительный финансовый результат в 2016 году, сумма чистой прибыли в 2016 году составила 1551,3 млн. руб., что на 357,8 млн. руб. больше, чем в 2015 году. Это позитивное явление, которое свидетельствует о том, что предприятие действует эффективно и может генерировать прибыль для своих инвесторов. Во второй половине периода ситуация кардинально изменилась и у предприятия значительно сократилась чистая прибыль. За 2017 год сумма финансовых результатов деятельности предприятия составила 1284,1 млн. руб., что на 267,2 млн. руб. Причиной такого положения стала сложная ситуация в стране в целом, кризис ситуация в мире, рост курса валют, значительное повышение цен на закупаемое сырье, которое повлекло увеличение затрат, а в следствии и увеличение себестоимости выпускаемой продукции.

Таблица 2.8 – Динамика соотношения доходов, расходов и финансовых результатов

В миллионах рублей

Показатели	2015г	2016г	Отклон. (+/-)	2017	Отклон, (+/-)
Отношение валовой прибыли к выручке от продаж	0,335	0,381	0,046	0,363	-0,018
Отношение прибыли от продаж к выручке от продаж	0,169	0,197	0,028	0,178	-0,019
Отношение бухгалтерской прибыли к выручке от продаж	0,118	0,136	0,018	0,112	-0,024
Отношение чистой прибыли к выручке от продаж	0,093	0,108	0,015	0,088	-0,020
Отношение себестоимости к выручке от продаж	0,665	0,168	-0,497	0,637	0,469

Окончание таблицы 2.8

Показатели	2015г	2016г	Отклон. (+/-)	2017	Отклон, (+/-)
Отношение коммерческих расходов к выручке от продаж	0,136	0,153	0,017	0,157	0,004
Отношение управленческих расходов к выручке от продаж	0,0308	0,0316	0,0008	0,028	-0,004

На основе данных формы «Отчет о финансовых результатах» составлена аналитическая таблица 2.8, позволяющая охарактеризовать основные соотношения доходов, финансовых результатов и их динамику.

Практически по всем коэффициентам можно наблюдать отрицательную динамику в 2017 году, что свидетельствует о недостаточном увеличении прибыли, чтобы в полной мере обеспечивать покрытие всех затрат, существующих на предприятии.

Анализируя данные таблицы, стоит сделать акцент на отношении валовой прибыли к выручке от продаж, которая характеризует долю каждого рубля от продажи, который может быть направлен на покрытие управленческих и коммерческих расходов, а также прибыли от продаж (2015г. – 0,335; 2016г. – 0,381; 2017г. – 0,363).

Факторный анализ финансовых предприятий необходимо начинать в первую очередь с анализа прибыли от реализации продукции.

Таблица 2.9 – Исходные данные для факторного анализа за 2015–2016гг.

В миллионах рублей

Показатели	2015г.	2016г.	Отклонение
Выручка от реализации продукции	12771,7	14394	1622,3
Полная себестоимость реализованной продукции	8489,1	8903,2	414,1
Издержки обращения	2126,6	2653,0	526,445
Прибыль от продажи товаров	2156,1	2837,8	681,694

Анализ проведен методом подстановок за два периода (2015 –2016гг. и 2016 –2017гг.).

Исходные данные для факторного анализа прибыли от реализации за 2015–2017 года в таблицах 2.9 и таблице 2.11 [6].

Наглядно изменения за 2015 – 2016 гг. представлены на рисунке 2.1.

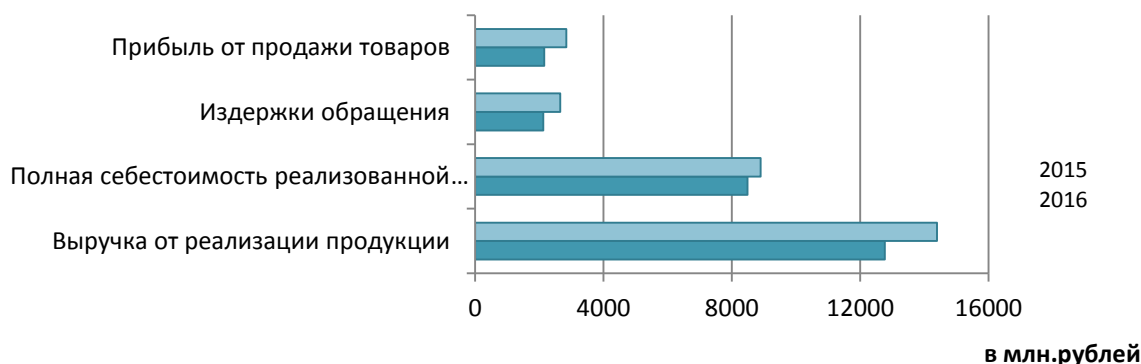


Рисунок 2.1 – Изменение исходных показателей в 2015 – 2016 гг.

Далее необходимо перейти к анализу влияния факторов на финансовый результат предприятия. Расчет факторов представлен в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Факторный анализ финансовых результатов за 2015 – 2016 гг.

В миллионах рублей

Показатель прибыли	Факторы			Итог расчета	Отклонение факторов
	Выручка от реализации продукции	Полная себестоимость	Издержки обращения		
П _{пл}	12771,7	8489,1	2126,6	2156,1	1622,2
П _{усл1}	14394	8489,1	2126,6	3778,3	– 414,1
П _{усл2}	14394	8903,2	2126,6	3364,2	–526,4
П _ф	14394	8903,2	2653	2837,8	681,7

Анализируя данные расчета, видно, что увеличение прибыли от реализации продукции на 681,7 млн. руб. в отчетном году явилось результатом влияния следующих факторов:

– увеличения выручки от реализации продукции на 1622,2 млн. руб. (прибыль составила 3778,3 млн. руб.) за счет увеличения товарооборота продукции на собственном заводе на Алтае, запуска производства кондитерских изделий, аналогов которых нет в России;

– уменьшение полной себестоимости реализованной продукции на 414,1 млн. руб. (прибыль составила 3364,2 млн. руб.) за счет выращивания и использования собственных круп на заводе Алтая;

– сокращения издержек обращения на 526,4 млн. руб. (прибыль составила 2837,8 млн. руб.) за счет заключения договоров с крупными распределительными центрами.

Таблица 2.11 – Исходные данные для факторного анализа за 2016–2017 гг.

В миллионах рублей			
Показатели	2016г.	2017г.	Отклонение
Выручка от реализации продукции	14394	14658,5	264,5
Полная себестоимость реализованной продукции	8903,2	9339,6	436,392
Издержки обращения	2653,0	2712,4	59,315
Прибыль от продажи товаров	2837,8	2606,6	– 231,126

Наглядно ситуация, показывающая изменения в структуре прибыли от продажи товаров представлена на рисунке 2.2.

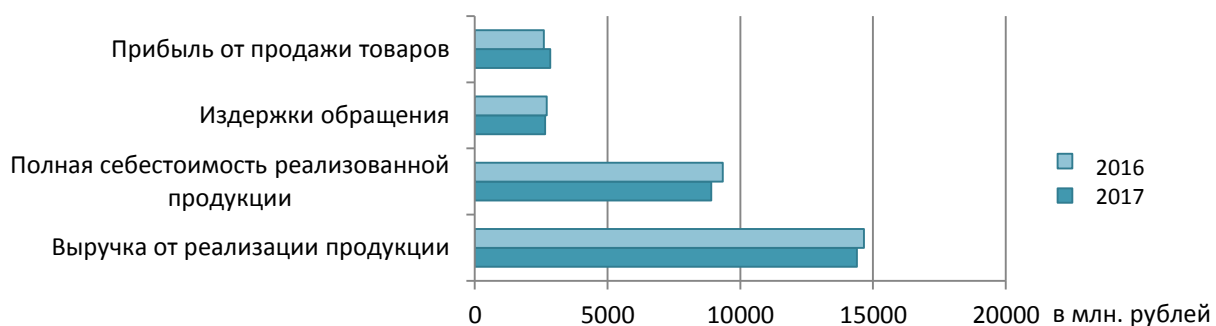


Рисунок 2.2 –Изменение исходных показателей в 2016–2017 гг.

Далее необходимо перейти к анализу влияния факторов на финансовый результат предприятия. Расчет факторов представлен в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Факторный анализ финансовых результатов за 2016 – 2017 гг.

Показатель прибыли	Факторы			Итог расчета	Отклонение факторов
	Выручка от реализации продукции	Полная себестоимость	Издержки обращения		
П _{пл}	14394	8903,2	2653	2837,5	264,6
П _{усл1}	14658,5	8903,2	2653	3102,3	-436,4
П _{усл2}	14658,5	9339,6	2653	2665,9	-59,3
П _ф	14658,5	9339,6	2712,4	2606,6	-231,1

Анализируя данные расчета, видно, что уменьшение прибыли от реализации продукции на 231,1 млн. руб. в отчетном году явилось результатом влияния следующих факторов:

- увеличения выручки от реализации продукции на 264,6 млн. руб. (прибыль составила 3102,3 млн. руб.) за счет значительного увеличения товарооборота продукции на собственном заводе на Алтае, выпуска новых видов продукции;

- уменьшение полной себестоимости реализованной продукции на 436,4 млн. руб. (прибыль составила 2666 млн. руб.);

- уменьшение издержек обращения на 59,3 млн. руб. (прибыль составила 2712,3 млн. руб.).

Подводя итог проведенному анализу финансовых результатов, можно сделать вывод, что 2016 год был для компании максимально прибыльным за весь анализируемый период. В 2016 году значительно увеличилась выручка от реализации продукции по сравнению с себестоимостью.

Но ситуация в 2017 году оказалась совсем противоположной, из-за повышения курса доллара, роста цен, кризисной ситуации в стране, резко увеличились затраты на производство, а следовательно и себестоимость.

При этом выручка от реализации продукции показала совсем не большой рост. Такая ситуация оказала отрицательное влияние на финансовый результат в

целом и в частности на чистую прибыль предприятия.

2.3.2 Анализ рентабельности деятельности АО «МАКФА»

Для изучения полной картины деятельности предприятия, следует измерять различную полученную прибыль с затратами организации. Расчет таких измерений отражает показатель рентабельности предприятия.

Для того, чтобы точно определить проблемное поле или правильно-управлять рентабельностью предприятия, нужно в отдельности видеть всю структуру, источники формирования затрат и вложений организации в ее деятельность, и только в этом случае можно правильно определить и распланировать дальнейшее направление и цели предприятия. Предприятие в своей хозяйственно–торговой деятельности использует определенное имущество, исходя из которого, определяется эффективность, полученная от грамотного использования, и происходит расчет возможных рисков, которые связаны с данным имуществом. Данные анализа представлены рентабельности деятельности предприятия АО «МАКФА» за 2015–2017гг в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Анализ показателей рентабельности за 2015–2017гг.

В миллионах рублей

№	Показатели	2015г.	2016г.	2017г.
1	Актив	13287,1	12628,1	16764,2
2	Основные средства	2320,4	2952	3908,5
3	Собственный капитал, капитал и резервы	8854,6	9797,5	11006,6
4	Долгосрочные обязательства	1634,4	1915,9	2410,1
5	Выручка от реализации продукции	12771,7	14394	14658,5
6	Полная себестоимость	8489,1	8903,2	9339,6
7	Валовая прибыль	4282,7	5490,8	5319
8	Издержки обращения	2126,6	2653,0	2712,4
9	Прибыль от продаж	2156,1	2837,8	2606,6
10	Прибыль до налогообложения	1511,7	1955,3	1646

Окончание таблицы 2.12

№	Показатели	2015г.	2016г.	2017г.
11	Чистая прибыль	1193,5	1551,3	1284,1
12	Экономическая рентабельность	11,38	15,48	9,82
13	Рентабельность продукции, %	25,40	31,87	27,91
14	Рентабельность основных средств по чистой прибыли, %	51,44	52,55	32,85
15	Рентабельность продаж, %	16,88	19,71	17,78
16	Рентабельность по прибыли до налогообложения, %	11,84	13,58	11,23
17	Рентабельность по чистой прибыли, %	9,35	10,78	8,76
18	Рентабельность по валовой прибыли, %	33,53	38,15	36,29
19	Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли, %	13,48	15,83	11,67
20	Рентабельность перманентного капитала по чистой прибыли, %	11,38	13,24	9,57

Экономическая рентабельность (рентабельность активов по чистой прибыли) составила на 2015 год 11,38%, на 2016 год – 15,48% и в 2017 году – 9,82%. Соответственно, можно заметить, что в 2015 году и в 2017 году показатели достаточно низкие по отношению к 2016 году. Только в 2016 году показатель экономической рентабельности (рентабельности активов по чистой прибыли) достаточно высокий за период. Низкий показатель экономической рентабельности (рентабельности активов по чистой прибыли) в 2015 году связан с малым количеством полученной чистой прибыли и, соответственно, активы предприятия очень высокие. В 2016 году компания получила больше чистой прибыли, но и активы предприятия выросли. Несмотря на рост активов предприятия, полученная в большем размере чистая прибыль предприятия увеличила значение показателя экономической рентабельности (рентабельности активов по чистой прибыли). В 2017 году виден рост активов предприятия, но чистая прибыль значительно уменьшилась, чем за предыдущие года, и, поэтому, значение показателя рентабельности активов по чистой прибыли снизилась почти в два раза. Предприятию следует повышать свою чистую прибыль, чтобы показатель экономической рентабельности стал больше.

Рентабельность продукции (товаров) составила на 2015 год 25,40%, на 2016 год –31,87 % и в 2017 году – 27,91%. Соответственно, можно заметить, что в 2015 году и в 2017 году показатели ниже по отношению к 2016 году. Только в 2016 году показатель рентабельности продукции (товаров) достаточно высокий за период. Исходя из анализа данных видно, что прибыль от продаж не высокая по отношению к затратам предприятия, а именно товарооборот по покупным ценам и издержки обращения достаточно высокие, что отражает рентабельность продукции (товара) низкой.

В 2016 году предприятие получило гораздо больше прибыли, чем в 2015 году, себестоимость и издержки обращения незначительно выросли, поэтому, благодаря увеличению прибыли от продаж, показатель рентабельности продукции (товаров) увеличился. В 2017 году видно, что прибыль увеличилась незначительно, а издержки обращения и себестоимость достаточно сильно возросли, поэтому рентабельность продукции (товаров) критически снизилась по сравнению с предыдущими годами.

Рентабельность основных средств по чистой прибыли составила на 2015 год 51,44%, на 2016 год –52,55% и в 2017 году –32,85%. Соответственно, можно заметить, что в 2017 году показатель значительно снизился по сравнению с 2016 годом и 2015 годом. Исходя из анализа, стоит отметить, что чистая прибыль во всем периоде не превышает стоимость основных средств, что говорит о слишком большом количестве основных средств, в данном случае достаточно большую долю занимает строительство новых объектов основных средств. Соответственно предприятия следует увеличить свою чистую прибыль или уменьшить основные средства до благоприятного значения.

Рентабельность продаж составила на 2015 год 16,88%, на 2016 год –19,71% и в 2017 году –17,78%. Значения показателей за 2016 год достаточно высокие по сравнению с 2017 годом. Это указывает на снижение результативности деятельности предприятия. Т.к. рентабельность продаж является ценовым индикатором, можно указать на то, что в 2017 году компания не смогла

скорректировать издержки.

Рентабельность по прибыли до налогообложения составила на 2015 год 11,84%, на 2016 год –13,58% и в 2017 году –11,23%. После проведения анализа данных видно, что прибыль до налогообложения в 2016 году значительно выросла по сравнению с 2015 годом. Так же видно и увеличение выручки от реализации в 2016 году по отношению к 2015 году. Но за счет увеличения прибыли до налогообложения, показатель рентабельности по прибыли до налогообложения – достаточно вырос за период. В 2017 году видно, что прибыль до налогообложения снизилась.

Рентабельность по чистой прибыли составила на 2015 год 9,35%, на 2016 год –10,78% и в 2017 году – 8,76%. После проведения анализа видно, что чистая прибыль в 2016 году значительно выросла по сравнению с 2015 годом. Так же видно и выручки в 2016 году по отношению к 2015 году. Но за счет увеличения чистой прибыли, показатель рентабельности по чистой прибыли достаточно вырос за период. В 2017 году показатель рентабельности значительно снизился, что является отрицательным фактором для предприятия, так как указывает на снижения прибыли в каждой рубле реализации.

Рентабельность по валовой прибыли составила на 2015 год – 33,53%, на 2016 год –38,15% и в 2017 году –36,29%. Можно сделать вывод, что в 2016 и 2017 годах уровень валовой прибыли имеет высокое значение. В 2017 году видно, что валовая прибыль снизилась, и выручка так же имела тенденцию к снижению по сравнению с предыдущими годами, но снижение валовой прибыли сказалось не критично на показателе рентабельности по валовой прибыли, а так же показатель за период 2016–2017 гг. находится почти на одном уровне.

Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли составила на 2015 год – 13,48%, на 2016 год – 15,83% и в 2017 году – 11,67%. После проведения анализа данных видно, что чистая прибыль в 2016 году выросла по сравнению с 2015 годом, что положительно отразилось на показателе рентабельности.

В 2017 наблюдается снижение чистой прибыли, в то время как собственный

капитал значительно увеличился на протяжении анализируемого периода. Это и повлияло на снижение показателя рентабельности собственного капитала по чистой прибыли в 2017 году. В целях увеличения рентабельности собственного капитала предприятию следует увеличивать чистую прибыль.

Рентабельность перманентного капитала по чистой прибыли составила на 2015 год 11,38%, на 2016 год – 13,24% и в 2017 году – 9,57%. В 2017 году наблюдается резкое снижения показателя рентабельности, что означает снижение эффективности использования капитала вложенного в деятельность организации на долгосрочную перспективу.

Таким образом, подводя общий итог показателям рентабельности, можно сделать вывод, что в 2018 наблюдается снижение всех показателей рентабельности.

Для того чтобы лучше рассмотреть динамику и тенденцию изменений показателей рентабельности предприятия АО «МАКФА», следует отразить данные графически.

На рисунке 2.3 приведена динамика изменения показателей рентабельности предприятия.

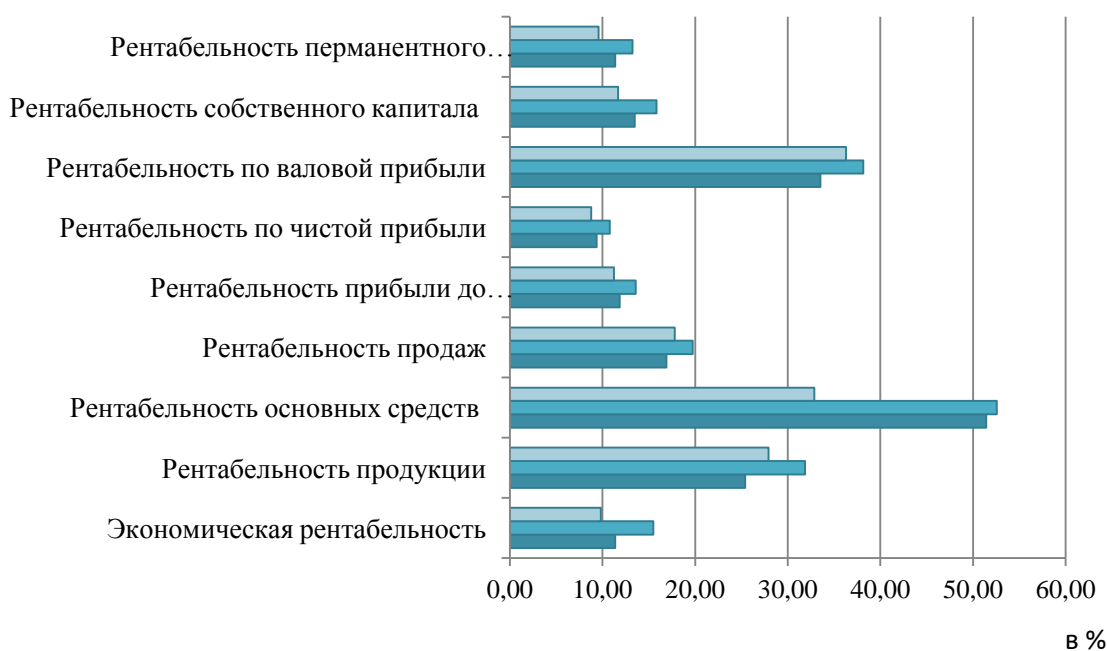


Рисунок 2.3 – Динамика изменения показателей рентабельности предприятия

Далее необходимо перейти к факторному анализу рентабельности АО «МАКФА». Данные для анализа представлены в таблице 2.12 [42, с. 248].

Таблица 2.13 – Основные показатели рентабельности финансовых результатов
В миллионах рублей

Показатели	2015г	2016г	2017г	Отклонения	
				2016г	2017г
Выручка от реализации продукции	12771,7	14394	14658,5	1622,2	264,6
Полная себестоимость реализованной продукции	8489,1	8903,2	9339,6	414,1	436,4

Факторный анализ рентабельности проведен за счет изменения двух основных показателей: цены на продукцию и себестоимости.

$$\Delta R_N = \frac{(N1 - S0)}{N1} - \frac{(N0 - S0)}{N0}, \quad (12)$$

$$\Delta R_S = \frac{(N1 - S1)}{N1} - \frac{(N1 - S0)}{N1}, \quad (13)$$

где R– рентабельность;

N– выручка;

S–себестоимость.

Сначала необходимо рассчитать изменение рентабельности в 2016году:

$$\Delta R_N = \left(\frac{(14394 - 8489,1)}{14394} - \frac{(12771,7 - 8489,1)}{12771,7} \right) \cdot 100 = 7,49\%;$$

$$\Delta R_S = \left(\frac{(14394 - 8903,2)}{14394} - \frac{(14394 - 8489,1)}{14394} \right) \cdot 100 = -2,88\%;$$

$$\Delta R = 7,49 - 2,88 = 4,61\%.$$

Анализируя данные расчетов, видим, что в 2016году по сравнению с 2015

годом рентабельность увеличилась на 4,61%. Это произошло под влияние следующих факторов:

– увеличения выручки от реализации продукции на 1622,2 млн. руб. (рентабельность увеличилась на 7,49%);

– увеличения полной себестоимости реализованной продукции на 414086млн. руб., что привело к снижению рентабельности на –2,88%.

Далее рассчитывается изменения рентабельности в 2017году:

$$\Delta R_N = \left(\frac{(14658548-8903169)}{14658548} - \frac{(14393967-8903169)}{14393967} \right) \cdot 100 = 1,11 \%;$$

$$\Delta R_S = \left(\frac{(14658548-9339561)}{14658548} - \frac{(14658548 - 8903169)}{14658548} \right) \cdot 100 = -2,97\%;$$

$$\Delta R = 1,11 - 2,97 = - 1,86\%.$$

Анализируя данные расчетов, можно сделать вывод о том, что в 2017 году рентабельность финансовых результатов АО «МАКФА» снизилась на 1,86 % , это произошло под влиянием следующих факторов:

– увеличения выручки от реализации продукции на 264581млн.руб (рентабельность увеличилась на 1,11%);

– увеличения полной себестоимости реализованной продукции на 436,4 млн .руб., что привело к снижению рентабельности на 2,97%.

Подводя итог проведенному анализу рентабельности деятельности предприятия, стоит отметить положительную тенденцию в 2016году: все показатели рентабельности значительно возросли. Это говорит о высокой эффективности использования компанией собственного капитала, долгосрочных заемных средств, значительном увеличении товарооборота, ведение эффективной политики формирования издержек.

Анализ рентабельности за 2017год показал значительное снижение всех показателей рентабельности. Это произошло под влиянием ряда факторов: значительное увеличение себестоимости реализованной продукции, увеличение

издержек обращение, значительный прирост стоимости основных средств по сравнению с приростом чистой прибыли.

2.2.3 SWOT– анализ

Самым распространенным и эффективным методом, который включает в себя комплекс факторов (внутренних и внешних) необходимых для развития предприятия является SWOT–анализ.

SWOT–анализ – это определение сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды).

1 Strength – сильная сторона: внутренняя характеристика компании, которая выгодно отличает данное предприятие от конкурентов.

2 Weakness – слабая сторона: внутренняя характеристика компании, которая по отношению к конкуренту выглядит слабой (неразвитой), и которую предприятие в сила улучшить.

3 Opportunity – возможность: характеристика внешней среды компании (т.е. рынка), которая предоставляет всем участникам данного рынка возможность для расширения своего бизнеса.

4 Threat – угроза: характеристика внешней среды компании (т.е. рынка), которая снижает привлекательность рынка для всех участников.

Проведенный выше анализ предприятия АО «МАКФА» на рынке макаронных изделий, анализ финансовых результатов деятельности предприятия за рассматриваемый период позволил выявить сильные слабые стороны предприятия, на которые стоит обратить внимание при составление исходной матрицы SWOT – анализа.

Также проведенный выше анализ методом пяти сил Портера, позволил выявить наиболее значимые факторы возможностей и угроз, которые могут повлиять на состояние предприятия в целом.

Данные для проведения SWOT–анализа представлены в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Матрица SWOT–анализа АО «МАКФА»

Сильные стороны	Слабые стороны
Доминирующее положение на рынке Известность торговой марки Использование современного оборудования и технологий Наличие инновационных способностей Налаженные партнёрские отношения с поставщиками и посредниками Инициативное руководство	Относительно высокие цены Плохие условия для розничной торговли Низкая реакция на изменение рыночной ситуации Снижение объёма производства Нехватка квалифицированных специалистов Рост рынка эконом–сегмента
Возможности	Угрозы
Снижение издержек Увеличение объемов продаж Поддержка отечественных производителей со стороны государства Охват возможно большего числа потребителей	Падение уровня продаж Быстронарастающая конкуренция Снижение покупательской способности населения Рост цен на сырьё

После составления базовой матрицы SWOT– анализа необходимо произвести количественную оценку возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых сторон предприятия. На пересечении строки и столбца ставится экспертная оценка значимости данного сочетания угроз и сильных сторон, возможностей и сильных сторон и пр. Если угроза значима для сильных или слабых сторон проекта, то оценка значимости такого сочетания будет высокой. Получаем количественную оценку проблем, возникших на пересечении сильных и слабых сторон проекта с угрозами и возможностями внешней среды. Экспертные данные представлены в таблице 2.15.

Оценка сильных сторон предприятия показала, что у предприятия АО «МАКФА» достаточно достаточное стабильное место на рынке за счет узнаваемости и известности марки и за счет доминирующей позиции на рынке. Так же стоит отметить, что немаловажную роль занимают налаженные партнерские отношения с поставщиками.

Однако нельзя не обратить внимание на слабые стороны такие как: высокие цены на продукцию, низкая реакция на изменение рыночной ситуации. При этом на рынке наблюдается рост продукции эконом–сегмента.

Таблица 2.15 – Матрица оценки сил взаимного влияния факторов

		Сильные стороны						Слабые стороны					
		Доминирующее положение на рынке	Известность торговой марки	Использование современного оборудования и технологий	Наличие инновационных способностей	Налаженные партнёрские отношения с поставщиками	Инициативное руководство	Относительно высокие цены	Плохие условия для розничной торговли	Низкая реакция на изменение рыночной ситуации	Снижение объёма производства	Нехватка квалифицированных специалистов	Рост рынка эконом–сегмента
Угрозы	Падение уровня продаж	2	2	1	2	3	3	5	5	5	2	1	5
	Быстронарастающая конкуренция	2	2	1	2	4	3	5	4	4	3	3	4
	Снижение покупательской способности населения	1	2	2	1	2	3	5	4	5	1	2	4
	Рост цен на сырьё	2	2	3	4	5	2	3	3	1	2	2	3
Возможности	Снижение издержек	4	2	5	5	4	1	5	4	3	4	2	2
	Увеличение объемов продаж	3	2	4	1	2	2	4	5	3	5	2	2
	Поддержка отечественных производителей со стороны государства	4	5	5	4	5	3	2	1	2	2	1	1
	Охват возможно большего числа потребителей	5	5	1	1	2	2	5	4	5	3	3	5

Однако нельзя не обратить внимание на слабые стороны такие как: высокие цены на продукцию, низкая реакция на изменение рыночной ситуации. При этом на рынке наблюдается рост продукции эконом–сегмента.

Так же существуют возможности для развития предприятия, для защиты

слабых сторон и избежание появления новых угроз предприятия: снижения уровня издержек, охват возможно большего числа потребителей.

При этом существует угроза снижения покупательской способности населения, рост цен на сырье.

Суммируя полученные оценки, можно определить общую значимость сильных и слабых сторон. Количественная оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей внешней среды приведена в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей

Сильные стороны	133	Слабые стороны	156
Доминирующее положение на рынке	23	Относительно высокие цены	34
Известность торговой марки	22	Плохие условия для розничной торговли	30
Использование современного оборудования и технологий	22	Низкая реакция на изменение рыночной ситуации	28
Наличие инновационных способностей	20	Снижение объёма производства	22
Налаженные партнёрские отношения с поставщиками и посредниками	27	Нехватка квалифицированных специалистов	16
Инициативное руководство	19	Рост рынка эконом–сегмента	26
Возможности	152	Угрозы	137
Снижение издержек	41	Падение уровня продаж	36
Увеличение объемов продаж	35	Быстронарастающая конкуренция	37
Поддержка отечественных производителей со стороны государства	35	Снижение покупательской способности населения	32
Охват большего числа потребителей	41	Рост цен на сырьё	32

Количественная оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей внешней среды позволяет выявить, насколько важны угрозы и возможности, исходя из состояния внутренней среды, при выявлении сильных и слабых сторон предприятия, а так же влияния возможностей и угроз на сильные и слабые стороны предприятие.

Подводя итог таблице 2.16 можно выделить, что наиболее сильной стороной предприятия АО «МАКФА» являются налаженные партнёрские отношения с поставщиками и посредниками (27 баллов). При этом достаточно много слабых

сторон с высокой количественной оценкой, на которые стоит обратить внимание: относительно высокие цены на продукцию (34 балла), плохие условия для розничной торговли (30 баллов), низкая реакция на изменение рыночной ситуации (28 баллов).

В основном угрозы проявляются в быстрорастущей конкуренции (37 баллов). А основные возможности необходимо реализовывать с помощью снижения издержек (41 балл) и охвата возможно большего числа потребителей (41 балл).

Таблица 2.17 – Поле решений

		Сильные стороны						Слабые стороны									
		1. Доминирующее положение на рынке	2. Известность торговой марки	3. Использование современного оборудования и технологий	4. Наличие инновационных способностей	5. Налаженные партнёрские отношения с поставщиками	6. Инициативное руководство	1. Относительно высокие цены	2. Плохие условия для розничной торговли	3. Низкая реакция на изменение рыночной ситуации	4. Снижение объёма производства	5. Нехватка квалифицированных специалистов	6. Рост рынка эконом-сегмента				
Угрозы	1. Падение уровня продаж	Повышения качества продукции				Совершенствование логистической системы		Поиск новых поставщиков									
	2. Быстронарастающая конкуренция																
	3. Снижение покупательской способности населения																
	4. Рост цен на сырьё																
Возможности	1. Снижение издержек	Открытие на заводе в Крае новых линий по круп				Алтайском производству		Поиск новых каналов сбыта									
	2. Увеличение объемов продаж																
	3. Поддержка отечественных производителей со стороны государства	Участие в крупных тендерах, на поставку продукции											Повышение квалификации рабочих				
	4. Охват возможно большего числа потребителей																

Количественная оценка сильных и слабых сторон позволяет расставить приоритеты и на основе последних распределять ресурсы между различными проблемами.

После определения количественных характеристик следует сформулировать поле предполагаемых решений, которые позволят предприятию выйти на качественно новый уровень на современном рынке. Поле предполагаемых решений представлено в таблице 2.17.

Сформулированные таким образом решения тех или проблем могут быть количественно оценены с использованием экспертных оценок сильных и слабых сторон, угроз и возможностей. Количественная оценка проблемы складывается как сумма экспертных оценок комбинаций сильных и слабых сторон с угрозами и возможностями, перекрывааемых данной проблемой.

На основе предложенных мероприятий по решению проблемных полей составляется рейтинг разработанных мероприятий. Для этого необходимо просчитать количественную оценку для каждого мероприятия с помощью суммирования баллов соответствующих полей матрицы оценки сил взаимного влияния факторов. Далее мероприятия ранжируются, начиная с самого важного (таблица 2.18).

Таблица 2.18 – Количественная оценка решений АО «МАКФА»

Мероприятия	Балл
Открытие на заводе в Алтайском крае новых линий по производству круп	63
Совершенствование логистической системы	43
Поиск новых каналов сбыта	41
Поиск новых поставщиков	39
Повышения качества продукции	31
Участие в крупных тендерах, на поставку продукции	30
Выпуск новой продукции эконом– сегмента	26
Повышение квалификации рабочих	16

Подводя итог проведенному анализу внутренней среды (SWOT–анализ) можно сделать вывод о том, что наиболее важным мероприятием для развития предприятия будет открытие на заводе в Алтайском крае новых линий по производству круп. Такое решение позволит значительно снизить издержки на производство продукции, так как основные крупяные поля находятся в Алтайской крае, также это позволит увеличить объем выпуска, а значит и увеличить объем продаж, позволит снизить стоимость конечного продукта.

А так же, необходимо помнить и о других не менее важных мероприятиях по дальнейшему развитию деятельности предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что АО «МАКФА» на сегодняшний день занимает довольно сильную конкурентную позицию на рынке среди других предприятий производящих аналогичную продукцию.

Основной угрозой является быстро нарастающая конкуренция. Угроза усугубляется относительно высоким уровнем цен и низкой реакцией на изменение рыночной ситуации.

Наиболее важными конкурентными преимуществами АО «МАКФА», является известность торговой марки, использование современного оборудования и технологий в производстве продукции , наличие инновационных способностей, которые и используются для дальнейшего развития предприятия, и борьбе с конкуренцией, и являются, основными направлениями защиты.

Выводы по разделу два

Подводя общий итог второй главе и проведенному анализу внутренней среды (SWOT–анализ) можно сделать вывод о том, что наиболее важным мероприятием для развития предприятия будет открытие на заводе в Алтайском крае новых линий по производству круп. Такое решение позволит значительно снизить издержки на производство продукции, так как основные крупяные поля находятся в Алтайской крае, также это позволит увеличить объем выпуска, а

значит и увеличить объем продаж, позволит снизить стоимость конечного продукта.

А так же, необходимо помнить и о других не менее важных мероприятиях по дальнейшему развитию деятельности предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что АО «МАКФА» на сегодняшний день занимает довольно сильную конкурентную позицию на рынке среди других предприятий производящих аналогичную продукцию.

Основной угрозой является быстро нарастающая конкуренция. Угроза усугубляется относительно высоким уровнем цен и низкой реакцией на изменение рыночной ситуации.

Наиболее важными конкурентными преимуществами АО «МАКФА», является известность торговой марки, использование современного оборудования и технологий в производстве продукции, наличие инновационных способностей, которые и используются для дальнейшего развития предприятия, и борьбе с конкуренцией, и являются, основными направлениями защиты.

Также проведенному анализу финансовых результатов и рентабельности деятельности предприятия АО «МАКФА» за счет влияния факторов, можно сказать о том, что наибольшее влияние на прибыль и рентабельность оказывают такие показатели, как выручка от реализации продукции, полная себестоимость реализованной продукции, издержки обращения. Из проведенных расчетов видно, что увеличение выручки от реализации продукции, уменьшение полной себестоимости и издержек положительно влияет на общий финансовый результат предприятия АО «МАКФА». Проведенный анализ за три исследуемых периода показал, предприятие АО «МАКФА» находится на достаточно высоком уровне развития, но при этом имеет нестабильные показатели финансовых результатов. В 2016 году можно наблюдать положительную динамику увеличения показателей прибыли и рентабельности. Так чистая прибыль в 2016 году увеличилась на 29,97% и составила 1284,1 млн. руб., уровень рентабельности чистой прибыли составил 10,78%. В 2017 году чистой прибыль снизилась на 17,23% и составила

357,8 млн. руб., показатель рентабельности снизился до 8,76%..

Факторный анализ финансовых результатов и рентабельности деятельности АО «МАКФА» за 2015– 2017 гг. с использованием 3–х факторной и 2–х факторной модели показал, что под влиянием изменения выручки от реализации продукции показатели прибыли и рентабельности увеличиваются, а под влиянием себестоимости реализуемой продукции прибыль и рентабельность значительно уменьшается. Значит, снижение показателей прибыли и рентабельности АО «МАКФА» произошло за счет резкого увеличения затрат на производство.

3 СОЗДАНИЕ ПРОЕКТА ПО УЛУЧШЕНИЮ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ АО «МАКФА»

3.1 Суть проекта, цели, задачи

Первым шагом пути к снижению затрат должна стать разработка программы мероприятия, которые позволят добиться такого снижения. Общая последовательность действий при формировании подобной программы включает несколько этапов.

В целях снижения себестоимости на предприятии могут проводиться следующие мероприятия:

- обеспечить целенаправленно работу на внедрение новой техники, разработку новых технологий и оборудования;
- совершенствовать нормативно–техническую документацию, которая направлена на создание конкурентоспособной продукции;
- сокращение затрат на оплату труда за счет покупки современного оборудования;
- наладить строгий контроль над поставкой сырья;
- сосредоточить финансовые средства на решении наиболее острых проблем.

При выявлении резервов снижения себестоимости также необходимо изучить поставщиков сырья, поставщиков энергоресурсов, другие контрагенты, а также те аспекты деятельности предприятия, которые в основном зависят от внешних по отношению к предприятию воздействий. Это связано с тем, что отпускные цены у различных производителей отличаются одна от другой. Но выбирать сырье только по отпускной цене ошибочно, поскольку она существенно увеличивается за счет стоимости транспортировки от склада поставщика до склада предприятия–участника корпорации. Таким образом, повысить эффективность производства можно за счет формирования четкой снабженческой политики.

По результатам проведения SWOT –анализа предлагается открыть на заводе

в Алтайском крае новые линии по производству круп.

На основании выше изложенного разработан проект по покупке нового автоматизированного оборудования и внедрение его в работу предприятия АО «МАКФА», а именно на собственный завод в Алтайском крае.

Цель проекта: организация новой автоматизированной линии по производству круп, которая позволит снизить затраты на производство, снизить себестоимость готового продукта, увеличит прибыль предприятия.

Суть проекта.

В качестве решения данной задачи можно предложить следующее. Увеличение объемов производства продукции неизбежно повлечет за собой увеличение расходов на фонд оплаты труда в связи с увеличением штата производственных рабочих АО «МАКФА» в 2018 году. Во избежание такого увеличения издержек обращения АО «МАКФА» предлагается автоматизировать производственный процесс с помощью приобретения нового оборудования. Таким образом, АО «МАКФА» удастся избежать увеличения штата предприятия, а, следовательно, и дополнительных расходов на оплату труда.

В связи с этим можно сделать вывод о том, что основные резервы снижения себестоимости продукции для предприятия АО «МАКФА» заключаются в следующих направлениях:

1 Снижение затрат на покупку материалов с помощью заключения долгосрочного выгодного контракта на поставку сырья. АО «МАКФА» для производства закупает твердую продовольственную пшеницу (durum) 3–4 класса, в среднем стоимость заказа пшеницы составляет от 11000 до 12200 рублей за тонну, без учета транспортных затрат. Но в условиях нестабильной экономики, у предприятия нет постоянных поставщиков. Поэтому необходимо проанализировать поставщиков пшеницы на российском рынке, выбрать наиболее выгодные поставки и заключить долгосрочный контракт.

2 Снижение затрат на производство за счет покупки современного оборудования с полной автоматизацией производства. Выше было описано, что

АО МАКФА приобрело завод в Троицком районе Алтайского края, рассчитанного на производство 100 тонн продукции в сутки. На данный момент на заводе запущены линии лишь первой очереди, которая производит 60 тонн крупы в сутки. Таким образом, часть завода простаивает. Необходимо запустить производственные мощности второй очереди, которые позволят выпускать, помимо гречневой крупы, овсяную крупу. Это позволит увеличить выпуск до 100 тонн в сутки. С выходом нового завода на полную мощность АО «МАКФА» вдвое увеличит производство круп.

Необходимо произвести покупку автоматизированного оборудования по переработке зерна. Для этого были изучены предприятия, производящие данное оборудование. После этого выбран наиболее выгодный вариант – предприятие ООО «РОМАК», так как расположен в г. Барнауле, пр. Космонавтов 32К, что максимально близко к заводу «МАКФА» в селе Троицком Алтайского края.

На данную продукцию присутствует спрос и при выпуске данного товара, у предприятия появятся новые покупатели, расширятся границы рынка сбыта, что скажется на объемах производства и положительно на всей деятельности предприятия. АО «МАКФА» для производства закупает твердую продовольственную пшеницу (durum) 3–4 класса.

Для этого был произведен анализ потенциальных поставщиков продовольственной пшеницы на российском рынке, затем были выбраны те поставщики, которые поставляют продовольственную пшеницу (durum) 3–4 класса. Данные компаний представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Поставщики продовольственной пшеницы

Наименование предприятия	Юридический адрес	телефон
ООО "СКС–торг"	141200, Московская обл., г. Пушкино, ул. Западная, дом 1	+7 (496) 585–47–91
ООО "ПКЗ"Алтайские закрома"	Алтайский край с. Повалиха, Первомайский район	8–983–179–6637
ООО "БРЮТ"	Краснодарский край, Красноармейский район, ст. Полтавская, ул. Степная, 3	89384007569

Окончание таблицы 3.1

Наименование предприятия	Юридический адрес	телефон
ООО ТД СИБКОРМ	Алтайский край г.Барнаул, пр-д Южный, 8	8-903-990-01-85
ООО Минерал Ресурс	Челябинская область Верхний Уфалей, ул. Ленина, 129	8 982 736 59 19
ГК Содружество	Москва Беговая 3 стр.1	+78001007769
ООО "ЯрАгроТрейд"	Ярославская область г. Ярославль, ул. М. Пролетарская, 18А литера Д, офис 377	8(4852)670-679, 8(4852)98-83-97

Далее необходимо изучить условия поставки, минимальные объемы поставки, стоимость поставки. Сравнительная характеристика поставщиков пшеницы представлена в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Сравнительная характеристика поставщиков пшеницы

Наименование предприятия	Класс пшеницы	Цена за тонну, руб.	Минимальный заказ, тонн	Транспортные расходы
ООО"СКС-торг"	3	12850	10	10% от суммы заказа
ООО"ПКЗ"Алтайские закрома"	3	10810	25	10000руб
ООО "БРЮТ"	4	11411	18	От 500 тонн бесплатно
ООО ТД СИБКОРМ	3	12050	12	бесплатная
ООО Минерал Ресурс	4	10900	50	10% от суммы заказа
ГК Содружество	3	12600	15	15000руб
ООО "ЯрАгроТрейд"	3	10540	22	От 100 т. доставка бесплатно

Проанализировав условия поставки пшеницы третьего и четвертого класса всех потенциальных поставщиков, был сделан вывод, что наиболее выгодно заключить контракт с ООО "ЯрАгроТрейд", так как данная компания предоставляет пшеницу высокого качества, при этом имеет самую низкую цену по сравнению с другими компаниями. Транспортные расходы будут отсутствовать, так как АО «МАКФА» заказывает пшеницу в среднем 500 тонн за один заказ. Также данная компания имеет минимальные сроки поставки.

Таким образом, рассчитав затраты на покупку пшеницы, можно сделать

вывод о том, что предприятие АО «МАКФА» будет иметь экономию от 460 до 1600 рублей за тонну заказанной продукции. При этом экономия за один заказ составит от 23000 до 840000 рублей.

Срок годности качественной продукции при правильных условиях хранения составляет: овсяная крупа– 6–8 месяцев, гречневая крупа – 9–10, кукурузная крупа – 8–9, пшено – 6–7, ячневая крупа – 12–13.

С учетом сроков годности, годовой объем производства выпускаемой муки всех сортов превышает свыше 450 тыс. тонн в год. Тем самым полная себестоимость пшеницы за год составит: $450 \cdot 10540 = 4743000$ тыс. рублей.

Так как покупка сырья составляет 60% от полной себестоимости, за год экономия от заключения нового контракта на поставку будет значительной.

Далее были произведены расчеты затрат на покупку и установку данного оборудования. Расчет представлен в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Расчет затрат для установки линии по производству крупы

В рублях

№ п/п	Наименование	Кол– во Шт.	Устан. Мощн кВт	Цена	Сумма
1	Зерноочистительное отделение				
1.1	Дозатор с частотным приводом	1	1.1	60000	60000
1.2	Нория	1	2.2	88000	88000
1.3	Ситовой сепаратор	1	1.5	290000	290000
1.4	Триер	1	1.5	190000	190000
1.5	Магнитный сепаратор	1		4500	4500
1.6	Пневмосепаратор	1		20800	20800
2	Отделение шелушения				
2.1	Сепаратор магнитный	3		4500	13500
2.2	Центробежный шелушитель БШЦ– 400В	2	2.2	240000	340000
2.3	Триер	1	1.5	190000	190000
2.4	Падди– машина МКО– 238	1	4.0	610000	610000
2.5	Бурат	1	1.5	180000	180000
3	Отделение пропаривания и плющения				
3.1	Пропариватель шнековый	1	3.0	250000	250000
3.2	Сушилка с паровым калорифером	1	3.7	250000	250000
3.3	Станок плющильный	1	6.0	247000	247000

Окончание таблицы 3.3

№ п/п	Наименование	Кол- во Шт.	Устан.Мощн кВт	Цена	Сумма
3.3	Станок плющильный	1	6.0	247000	247000
4	Система пневмотранспорта				
4.1	Пневмоприемник	5		10000	50000
4.2	Разгрузитель	5		10000	50000
4.3	Циклон 2БЦШ– 300	1		50000	50000
4.4	Вентилятор пневмотранспорта	1	7.5	55000	55000
4.5	Шлюзовой затвор	5		18000	90000
4.6	Привод шлюзового затвора	2	1.1	30000	60000
4.7	Материалопровод	компл.		25000	25000
4.8	Воздуховоды	компл.		18000	18000
5	Система аспирации	компл.		290000	290000
6	Система удаления лузги				
6.1	Циклон со шлюзовым затвором	1	1.1	55000	55000
6.2	Вентилятор	1	5.5	33000	33000
6.3	Лузгопровод (20 м. п.)	компл.		30000	30000
7	Электрика и автоматика	компл.		180000	180000
8	Металлоконструкции	компл.		200000	200000
9	Монтаж оборудования			380000	380000
	Итого:				4299800

После изучение фирм изготавливающих необходимое оборудование был выбран наиболее выгодный вариант – предприятие ООО «РОМАК», так как расположен в г. Барнауле, пр. Космонавтов 32К, что максимально близко к заводу «МАКФА» в селе Троицком Алтайского края.

Характеристика выпускаемой продукции:

- 1 Перерабатываемый продукт – крупа по ГОСТ 28673.
- 2 Производительность по готовой продукции – до 800 кг./ч.
- 3 Выход готовой продукции – 55– 65 %.
- 4 Установленная мощность оборудования – не более 45 кВт.

Обработка круп включает в себя несколько этапов:

1 этап. Зерноочистка. Она производится для удаления инородных примесей (металлов, земли, сорняков), мелких и дефектных зерен;

2 этап. Гидротермическая обработка – пропаривание (увлажнение), сушка и охлаждение зёрен. Применяется для таких видов круп, как овес, гречиха, горох, кукуруза. Эта процедура увеличивает механическую прочность зерен,

питательность зерна и срок его хранения. Цветковая пленка становится более эластичной, что облегчает дальнейшую обработку сырья;

3 этап. Обрушивание или шелушение зерна. В ходе этой операции убираются все неусвояемые части зерна. Ядро освобождается от плёнки, плодовой (или семенной) оболочки и становится готовым для дальнейшей обработки;

4 этап. Шлифование и полирование – посредством перетирания частей машины у зёрен удаляется часть ядра. Крупы из пшеницы, ячменя и кукурузы после шлифовки приобретают шаровидную и овальную форму. Также улучшаются вкусовые качества, уменьшается время варения крупы. Полировке подвергаются рис, горох, ячмень и пшеница;

5 этап. Очистка и сортировка. Крупу просеивают и очищают от лишних примесей, сортируют по размерам;

6 этап. Упаковка крупы в коробки по 50 и 70 кг. Расфасовывают по пакетам 500 и 1000 грамм.

Выход у каждой крупы разный и зависит от её свойств: средний выход всех круп составляет 63 – 66%, у гороха – 73%, у перловой и кукурузной шлифованной крупы – 40%.

Помимо обычной обработки и фасовки зернового сырья, возможно производство быстрорастворивающихся, смешанных и расфасованных на порционные упаковки круп.

Подсчитав все необходимые затраты, было принято решение осуществить финансирование проекта за счет собственных средств в размере 4299800 рублей.

Ставка дисконтирование рассчитана с помощью модели CAPM. Такое решение принято, потому что в проекте задействованы только собственные средства.

Модель CAPM – это модель оценки будущей стоимости доходности активов.

Формула модели CAPM, учитывая российские экономические реалии, будет выглядеть так:

$$\text{CAPM } R_m(e) = R_f + B_0(R_m(m) - R_f), \quad (14)$$

где $Rm(e)$ – среднерыночная доходность развивающегося российского рынка;
 Rf – ключевая ставка банка России (по состоянию на 2018 год – 7,25%);
 $B0$ – коэффициент «бета» для отрасли пищевой промышленности (0,81);
 $Rm(m)$ – среднесрочная доходность материнского рынка (10,56);

Учитывая все данные, ставка дисконтирования составит 9,93 %.

Далее необходимо рассчитать предварительный экономический эффект от внедрения нового оборудования на планируемый год. Расчет представлен в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Предварительный экономический эффект

В тысячах рублей

Показатели	Значение
Стоимость автоматизированной линии для производства крупы	4299,8
Амортизационный период, лет	10
Амортизационные отчисления	429,98
Производство продукции, тонн	7008
Выручка от реализации продукции	399456
Себестоимость произведенной продукции	246560
Валовый доход	152896
Уровень валового дохода, %	38,28
Срок окупаемости линии, лет	0,3
Операторы для управления, чел	8
Средняя зарплата в 2018г, млн.руб	245
Затраты на оплату труда	2940

Необходимо рассчитать срок окупаемости новой линии по производству батонов.

Для расчета возьмем формулу:

$$T = K/ВД, \quad (15)$$

где T – срок окупаемости;

K – капитальные вложения;

$ВД$ – валовой доход.

Капитальные вложения = стоимость автоматизированной линии.

Сумма доставки, стоимость работ по монтажу и запуску нового оборудования включены в сумму.

$K = 4299,8$ тыс. руб.

$T = 4299,8/152896 = 0,3$

В среднем срок окупаемости составим 4 месяца.

При начислении амортизации был использован линейный способ. Норма амортизации рассчитывается как ежемесячный процент от первоначальной стоимости имущества. Амортизация исчисляется на первоначальную стоимость основных средств, которая определяется, в соответствии со ст. 257 НК РФ, как сумма затрат на их покупку, транспортировку, установку, пуско– наладочные и прочие необходимые для начала эксплуатации работы.

$$K = 1/n * 100, \quad (16)$$

где K – коэффициент амортизации;

n – срок полезной эксплуатации объекта.

$$A = C_t * K, \quad (17)$$

где A – сумма амортизации за год;

C_t – начальная стоимость основного средства.

$K = 1/10 * 100\% = 10\%$

$A = 4299,8 * 10\% = 429,98$ тыс. руб.

3.2 Структуризация проекта

Изучив мероприятия, которые помогут снизить затраты и положительно повлиять на полную себестоимость, необходимо произвести расчет данных мероприятий.

Для этого необходимо создать команду проекта. В первую очередь стоит задача определить стейкхолдеров и их интересы (таблица 3.5).

Стейкхолдеры – это такие люди или группы людей, на которых влияет проект, или они сами способны оказать на проект влияние, используя свои возможности.

Таблица 3.5 – стейкхолдеры и их интересы

Стейкхолдеры	Деятельность	Интересы
Генеральный директор АО «МАКФА»	Определение целей, инвестирование проекта	Расширение производства, расширение границ рынка
Руководитель проекта	Планирование, организация, мотивация участников, мониторинг и контроль проектной деятельности	Вознаграждение
Исполнители проекта	Функциональная деятельность в рамках проекта	Вознаграждение
Поставщики	Поставка оборудования, поставка сырья	Получение прибыли
Потребители	Использование производимой продукции	Качественные продукты, большой ассортимент
Государство и общество	Законодательное регулирование и контроль	Наполнение бюджетов, рост занятости,

В качестве трудовых ресурсов для реализации подготовительного этапа предполагается использование штатных сотрудников предприятия, а также сотрудников компании поставщика оборудования, которые будут осуществлять монтаж и пусконаладочные работы.

Далее необходимо составить организационную структуру исполнителей. Иерархическая структура работ является основой для понимания членам команды структуры и взаимозависимости основных элементов деятельности по проекту.

Иерархическая структура работ разбивается на пакеты работ.

Иерархическая структура работ – инструмент, позволяющий разбить проект на составные части. Устанавливает иерархически структурированное распределение работ по реализации проекта для задействованных в нем работников.

На рисунке 3.1 представлена иерархическая структура работ представленного проекта. Главная задача проекта (его цель) разбита на более мелкие задачи, которые в свою очередь содержат несколько задач необходимых для достижения главной цели.



Рисунок 3.1 Иерархическая структура организации

Далее необходимо сформировать структурную схему организации по приобретению новой автоматизированной линии по производству круп и запуска ее в производство на предприятии АО «МАКФА».

Целью Структурной схема организации является определение комплекса исполнителей для работ детального уровня Иерархической структуры работ . Таким образом, состав работ во многом определяет форму организационной структуры. (Рисунок 3.2)

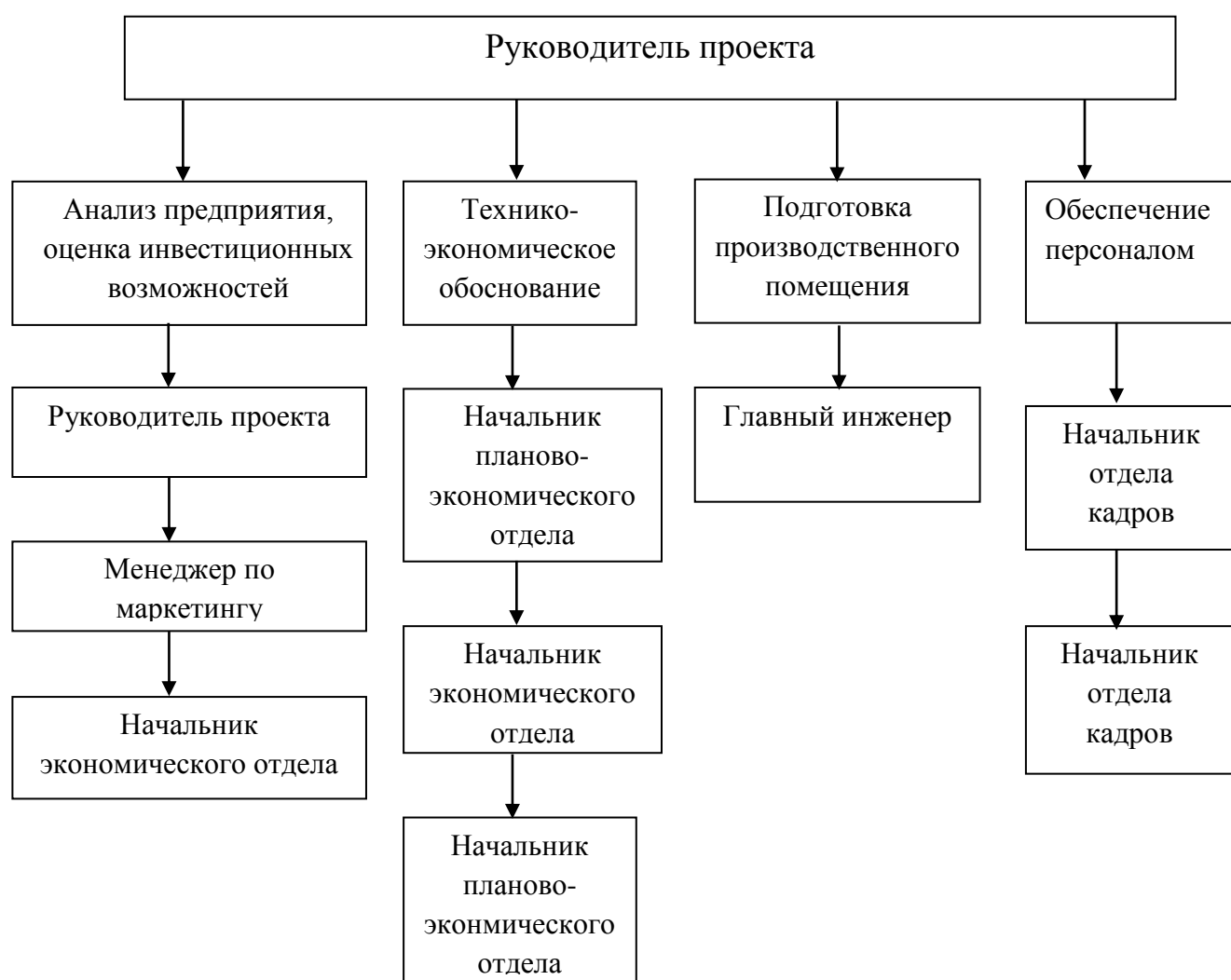


Рисунок 3.2 – Структура ответственности

Структурная схема организации (ССО) и Матрица Ответственности являются двумя инструментами, призванными помочь менеджеру в создании сильной

команды. Структурная схема организации является описанием организационной структуры, необходимой для выполнения работ, определенных в иерархической структуре работ.

После составления матрицы работ и матрицы ответственности составляется матрица РАЗУ, объединяющая в себе обе предыдущие структуры.

Данные задач управления по подразделениям и исполнителям проекта представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.6 – Матрица РАЗУ

Работы	Наименование	Ответственные исполнители					
		Руководитель проекта	Менеджер по маркетингу	Начальник экономического отдела	Начальник планово-экономического отдела	Главный инженер	Начальник отдела кадров
0–1	Разработка концепции проекта	И					
1–2	Стратегический анализ предприятия	С	И	С			
2–3	Предварительное ТЭО	КО		И			
3–4	Утверждение перечня транспорта, оборудования, инструмента	КО			И		
4–5	Расчет бюджета	КО					
5–6	Приобретение оборудования	КО		С	И		
6–7	Установка оборудования	КО				П	
7–8	Утверждение штатного расписания	КО		С			И
8–9	Поиск персонала	КО					И
9–10	Запуск линии	КО				И	

Условные обозначения:

И – исполнитель;

КО – координация;

С – согласование;

П – приемка.

Матрица РАЗУ – функциональная матрица в управлении проектом, составная часть организационного инструментария управления проектом, позволяющая руководителю разделить задачи управления по подразделениям и исполнителям проекта (внутри команды проекта), а также другим участникам проекта и обеспечить их комплексную реализацию. Представляет собой таблицу, столбцы которой отражают организационную структуру управления проектом (подразделения и должностные лица), а строки – перечень задач по управлению проектом. Поле матрицы заполняется условными обозначениями, характеризующими отношение конкретного исполнителя к решению конкретной задачи.

После формирования команды, необходимо составить сетевой и календарный план работ проекта.

Сетевой график представлен в приложении Ж. На основании сетевого графика составлен календарный план (таблица 3.7)

Таблица 3.7 – календарный план проекта

№ Этапа	Наименование этапа	Длительность, дни	Дата начала	Дата окончания	Предшественники	Затраты, руб
	Новая автоматизированная линия	34	пт 01.02.2019	Вт 17.03.2019		4299800
1	Разработка концепции проекта	5	Пт 01.02.2019	Чт 7.02.2019		–
2	Стратегический анализ предприятия	4	Пт 8.02.2019	Пн 13.02.2019	1	–
3	Предварительное ГЭО	1	Вт 14.02.2019	Вт 14.02.2019	2	–

Окончание таблицы 3.7

№ Этапа	Наименование этапа	Длительность, дни	Дата начала	Дата окончания	Предшественники	Затраты, руб
4	Утверждение перечня транспорта, оборудования, инструмента	1	Ср 15.02.2019	Ср 15.02.2019	3	–
5	Расчет бюджета	3	Чт 16.02.2019	Пн 20.02.2019	4	–
6	Приобретение и доставка оборудования	10	Вт 21.02.2019	Ср 03.03.2019	5	4299800
7	Установка оборудования	3	Чт 04.03.2019	Пн 08.03.2019	6	–
8	Утверждение штатного расписания	1	Вт 09.03.2019	Вт 09.03.2019	7	–
9	Поиск персонала	5	Ср 10.03.2019	Вт 16.03.2019	8	–
10	Запуск линии	1	Ср 17.03.2019	Ср 17.03.2019	9	–

3.3 Финансовый план проекта

В проекте необходимо разработать и проанализировать организацию новой линии производства круп. Дата начала проекта 1.02.2019 г., проект рассчитан на 1 год. Эти предположения дадут возможность использовать параметры налогов и инфляции, рассчитать стоимость оборудования, сырья.

Для этого в программе Project Expert создаем новый проект. В диалоговом окне «Новый проект» необходимо ввести данные:

- название проекта (автоматизированная линия по производству круп);
- продолжительность проекта;
- дату начала проекта.

Затем формируем список продуктов. В диалоговом окне "Список продуктов" вводятся названия продуктов. В данном проекте будет производиться только крупа.

Начало продаж планируется с 17.03.2019.

Для расчета проекта используется одна основная валюта – рубли (руб.)

Ставки налогов определены согласно действующему Налоговому Кодексу РФ [2] и представлены в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Налоги

Название налога	Налогооблагаемая база	Ставка, в процентах
Налог на прибыль	Прибыль	20
НДС	Добавленная стоимость	20
Налог на имущество	Имущество предприятия	2,2

Модуль «Инвестиционный план» вкладка «календарный график» расписываем все необходимые для реализации проекта этапы. Процесс занесения данных идентичен работе в программе управления проектами Microsoft Project. В результате мы получаем диаграмму Гантта и совокупные инвестиционные издержки.

Для этапа «Преобретение оборудования» указываем приобретение актива, в открывшемся окне отмечается стоимость актива и срок амортизации в месяцах. Во вкладке ресурсы описываем разовые инвестиционные затраты и указываем их размер.

Модуль «Операционный план» вкладка план сбыта. В план сбыта в данном проекте 1 составляющая: крупа. Указываем стоимость за тонну продукта. Так же указываем план распределения по месяцам.

Вкладка «Материалы и комплектующие» позволяет нам указать себестоимость товаров за 1 тонну (35180 руб.), данные о которых перейду в «План производства».

Во вкладке «План по персоналу» необходимо указать заработную плату персонала, задействованного напрямую в оказании услуг и управленческого персонала. Так как для проекта будут задействованы дополнительно только операторы линии, то необходимо внести заработную плату операторов (рис 3.3)

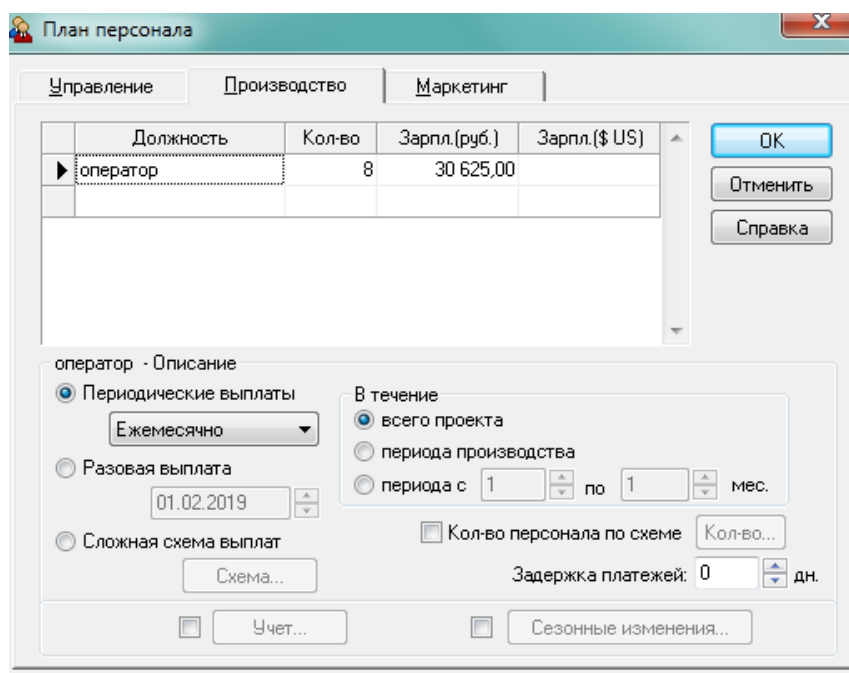


Рисунок 3.3 – План персонала

Вкладка «Общие издержки» – заносим общие затраты на «Производство» (электроэнергия). Указываем период в который они будут понесены.

После внесения всех необходимых данных, в модуле «Результаты» пересчитываем результат и формируем Cash Flow. Данные представлены на рисунке 3.4.

	2.2019	3.2019	4.2019	5.2019	6.2019	7.2019	8.2019	9.2019	10.2019	11.2019	12.2019	1.2020
▶ Поступления от продаж		33 288 000,00	33 288 000,00	33 288 000,00	33 288 000,00	33 288 000,00	33 288 000,00	33 288 000,00	33 288 000,00	33 288 000,00	33 288 000,00	33 288 000,00
Затраты на материалы и комплектующие		20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00
Затраты на сдельную заработную плату												
Суммарные прямые издержки		20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00
Общие издержки												
Затраты на персонал		245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00
Суммарные постоянные издержки		245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00
Вложения в краткосрочные ценные бумаги												
Доходы по краткосрочным ценным бумагам												
Другие поступления												
Другие выплаты												
Налоги		2 102,12	5 531 832,87	6 478 493,08	6 478 577,17	6 478 547,14	6 478 445,79	6 478 296,89	6 478 114,70	6 477 908,31	6 563 732,32	6 559 386,24
Кэш-фло от операционной деятельности		12 495 777,88	6 966 047,13	6 019 386,92	6 019 302,83	6 019 332,86	6 019 434,21	6 019 583,11	6 019 765,30	6 019 971,69	5 934 147,68	5 938 493,76
Затраты на приобретение активов												
Другие издержки подготовительного периода	4 299 800,00											
Поступления от реализации активов												
Приобретение прав собственности (акций)												
Продажа прав собственности												
Доходы от инвестиционной деятельности												
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	-4 299 800,00											
Собственный (акционерный) капитал												
Займы												
Выплаты в погашение займов												
Выплаты процентов по займам												
Лизинговые платежи												
Выплаты дивидендов												
Кэш-фло от финансовой деятельности												
Баланс наличности на начало периода		4 299 800,00	8 195 977,88	15 162 025,00	21 181 411,92	27 200 714,75	33 220 047,61	39 239 481,83	45 259 064,94	51 278 830,24	57 298 801,93	63 232 949,61
Баланс наличности на конец периода	4 299 800,00	8 195 977,88	15 162 025,00	21 181 411,92	27 200 714,75	33 220 047,61	39 239 481,83	45 259 064,94	51 278 830,24	57 298 801,93	63 232 949,61	69 171 443,37

Рисунок 3.4 – Cash Flow проекта

Исходя из данных представленных можно сделать вывод, что баланс наличности на конец периода составит 69171443,37 рублей. Cash Flow от оперативной деятельности показал, что проект с первого месяца производства нового товара начинает получать доходы. Cash Flow от инвестиционной деятельности – показывает, что предприятие понесет расходы на приобретение оборудования 4299800 руб. в феврале. Cash Flow от финансовой деятельности – показывает баланс наличности на начало и на конец периода, при этом баланс положительный, это говорит о том что вложений на сумму 4299800 руб. будет достаточно для реализации данного проекта.

Далее необходимо сформировать отчет о прибылях и убытках. Для этого в модуле «Результаты» необходимо выбрать «отчет о прибылях и убытках».

План прибылей и убытков по проекту позволяет рассмотреть поступления денежных средств, оценить инвестиционные и текущие затраты по проекту, рассчитать налог на прибыль и определить величину чистой прибыли.

	2.2019	3.2019	4.2019	5.2019	6.2019	7.2019	8.2019	9.2019	10.2019	11.2019	12.2019	1.2020
Валовый объем продаж		28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49
Потери												
Налоги с продаж												
Чистый объем продаж		28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49	28 210 169,49
Материалы и комплектующие		20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00
Сдельная зарплата												
Суммарные прямые издержки		20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00	20 545 120,00
Валовая прибыль		7 665 049,49	7 665 049,49	7 665 049,49	7 665 049,49	7 665 049,49	7 665 049,49	7 665 049,49	7 665 049,49	7 665 049,49	7 665 049,49	7 665 049,49
Налог на имущество	2 102,12	2 956,11	3 310,85	3 415,95	3 378,41	3 251,72	3 065,60	2 837,87	2 579,88	2 364,89	-3 067,70	
Административные издержки												
Производственные издержки												
Маркетинговые издержки												
Зарплата административного персонала												
Зарплата производственного персонала		245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00
Зарплата маркетингового персонала												
Суммарные постоянные издержки		245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00	245 000,00
▶ Амортизация	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00			
Проценты по кредитам												
Суммарные непроизводственные издержки	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00	429 980,00			
Другие доходы												
Другие издержки	4 299 800,00											
Убытки предыдущих периодов		4 731 882,12										
Прибыль до выплаты налога	-4 731 882,12	6 987 113,38	6 986 758,65	6 986 653,54	6 986 691,08	6 986 817,77	6 987 003,89	6 987 231,62	6 987 489,61	7 417 684,60	7 423 117,20	7 420 049,49
Суммарные издержки, отнесенные на прибыль												
Прибыль от курсовой разницы												
Налогооблагаемая прибыль		2 255 231,25	6 986 758,65	6 986 653,54	6 986 691,08	6 986 817,77	6 987 003,89	6 987 231,62	6 987 489,61	7 417 684,60	7 423 117,20	7 420 049,49
Налог на прибыль		451 046,25	1 397 351,73	1 397 330,71	1 397 338,22	1 397 363,55	1 397 400,78	1 397 446,32	1 397 497,92	1 483 536,92	1 484 623,44	1 484 009,90
Чистая прибыль	-4 731 882,12	6 536 067,13	5 589 406,92	5 589 322,83	5 589 352,86	5 589 454,21	5 589 603,11	5 589 785,30	5 589 991,69	5 934 147,68	5 938 493,76	5 936 039,59

Рисунок 3.5 – отчет «Прибыли– убытки»

Проанализировав данные отчет представленного на рисунке 3.5, можно сделать вывод , что чистая прибыль данного проекта составит 5936039,59руб.

Выводы по разделу три

В начале раздела прописана суть проекта, его цели и задачи.

Проведена структуризация проекта, а именно:

– для более структурированного, детального определения содержания проекта выполнили структурную декомпозицию работ проекта;

– для согласованной деятельности команды проекта Структурная Схему Организации (ССО);

– на основании структурной декомпазиции работ и структурной схемы организации была сформирована Матрица разделения административных задач управления

В программе Майкрософт Проджект сформирован календарный план работ.

Определены начало проекта и его окончание, длительность проекта составила 34 дня. Инвестиционные затраты составили 4299800 руб.

В соответствии с сетевым графиком был составлен календарный плана проекта.

С целью более точного финансового анализа проекта было проведено моделирование проекта в программе Project Expert. Смоделированы отчеты по «Cash Flow» и отчет о «прибылях и убытках» и сделаны выводы по данным приведенным в отчетах.

Подводя общий итог разработки проекта стоит отметить важность оптимизации затрат на производство при формировании финансовых результатов деятельности предприятия. При этом мероприятия необходимо начинать с разработки программы мероприятий, которые позволят добиться такого снижения. В данной квалификационной работе были предложены и внедрены мероприятия, направленные на снижение себестоимости, с помощью:

– снижения затрат на покупку материалов с помощью заключения долгосрочного выгодного контракта на поставку сырья с ООО "ЯрАгроТрейд", позволяющего значительно на общую себестоимость, так как закупка пшеницы

занимает 60% от общей себестоимости;

– снижения затрат на производство за счет покупки современного оборудования по производству крупы с полной автоматизацией производства ООО «РОМАК», позволяющего производить 7008 тонн в год, при этом срок окупаемости минимальный – 4месяца, а также минимальные затраты на оплату труда, т.к. необходимы 2 оператора в смену.

4 РЕЗУЛЬТАТЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРОЕКТА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОТ ВНЕДРЕНИЯ

После моделирования проекта произвести расчет предполагаемых финансовых результатов после внедрения новых мероприятий. Необходимые данные представлены в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Финансовые результаты после внедрения мероприятий

В миллионах рублей

Показатели	2017	План	отклонения	Темп роста, %
Выручка от реализации продукции	14658,5	15058	399,5	102,73
Полная себестоимость	9339,6	8551,6	– 788	91,56
Валовая прибыль	5319	6506,4	1187,4	122,32
Уровень валовой прибыли, %	36,29	43,21	6,92	119,07
Издержки обращения	2712,4	2781,4	69	102,54
Уровень издержек обращения, %	18,5	18,47	– 0,03	–
Прибыль от продажи товаров	2606,6	3725	1118,4	142,91
Рентабельность продаж, %	17,78	24,74	6,96	–
Балансовая прибыль.	1656	2842,5	1186,5	171,65
Рентабельность общая, %	11,3	18,88	7,58	–
Налог на прибыль	329	568,5	239,5	172,80
Чистая прибыль	1284,1	2274	989,9	177,09
Среднесписочная численность работников.	2384	2392	8	100,34
Производительность труда	6,1	6,30	0,20	–
Прибыль на одного работника	0,54	0,95	0,41	176,05
ФОТ	560,2	586	25,8	104,61
Среднегодовая заработная плата одного работника	0,235	0,245	0,01	104,26

Таким образом, рассчитав предполагаемые финансовые результаты АО «МАКФА» в планируемом 2018 году, можно сделать вывод, что благодаря внедрению новых мероприятий направленных на снижение затрат, выручка от

реализации товаров увеличилась на 399,5 млн. руб. и составила 15058 млн. руб. при этом удалось добиться существенного снижения себестоимости продукции на 8,46 % (788 млн. руб.) и составила 8551,6 млн. руб. При этом балансовая прибыль увеличилась на 1187,4 млн. руб. и уровень валовой прибыли составил 43,21%. Издержки обращения незначительно возросли на 2,54%. (69 млн. руб.), но при этом уровень издержек снизился на 0,03, что является положительным фактором. Как итог, чистая прибыль показала максимальный прирост на 77,09% и составила 2274 млн. руб. Среднесписочная численность возросла на 8 человек, но при этом производительность труда увеличилась на 0,2%, это доказывает эффективность принятия новых сотрудников.

Отдельно следует отметить положительный рост показателя рентабельности продаж на 6,96% и общей рентабельности на 7,58%, что еще раз подтверждает тот фактор, что оптимизация затрат является решающим фактором при формировании финансовых результатов.

4.1 Эффективность инвестиций

Блок «Эффективность инвестиций» модуля «Анализ проекта» состоит из следующего перечня показателей:

- ставка дисконтирования, %;
- период окупаемости – РВ, мес;
- дисконтированный период окупаемости – DPВ, мес;
- средняя норма рентабельности – ARR, %;
- чистый приведенный доход – NPV;
- индекс прибыльности – PI;
- внутренняя норма рентабельности – IRR, %;
- модифицированная внутренняя норма рентабельности – MIRR, %.

Результаты эффективности инвестиций представленного проекта наглядно представлены на рисунке 4.1.

Показатель	Рубли	Доллар
Ставка дисконтирования, %	9,93	0,00
Период окупаемости - РВ, мес.	2	2
Дисконтированный период окупаемости - ДРВ, мес.	2	2
Средняя норма рентабельности - ARR, %	1 708,71	1 708,71
Чистый приведенный доход - NPV	66 077 207,92	1 042 837,98
Индекс прибыльности - PI	16,37	17,09
▶ Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	10 000,00	10 000,00
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	1 685,14	1 608,71

Рисунок 4.1 – эффективность инвестиций проекта

С учетом ставки дисконтирования срок окупаемости равен 2 месяцам, исходя из использованных данных по доходам и затратам. Период окупаемости проекта равен 2 месяца.

Средняя норма представляет доходность проекта как отношение между среднегодовыми поступлениями от его реализации и величиной начальных инвестиций.

Показатель ARR интерпретируется как средний годовой доход, который можно получить от реализации проекта. В случае нашего проекта составляет 1708,71 %.

Чистый приведенный доход (NPV – Net present value). Показатель NPV является абсолютной величиной дохода от реализации проекта с учетом ожидаемого изменения стоимости денег.

При решении реализации проекта важно помнить, что чистый приведенный доход должен быть равен или больше нуля. В данном проекте NPV равен 66077207,92 руб.

Индекс прибыльности PI (аналогично – индекс доходности или коэффициент чистого дисконтированного дохода. Для эффективных проектов не должен быть меньше единицы. В анализируемом проекте составляет 16,37.

4.2 Анализ рисков проекта

В программе Project Expert применяются следующие методы количественного анализа рисков инвестиционных проектов:

- анализ чувствительности;
- анализ Монте–Карло;
- анализ безубыточности.

Выбор конкретного метода анализа инвестиционного риска зависит от информационной базы, требований к конечным результатам и к уровню надёжности планирования инвестиций. Для небольших проектов можно ограничиться методами анализом чувствительности, для крупных проектов – провести имитационное моделирование и построить кривые распределения вероятностей.

Методы анализа рисков следует применять комплексно, используя наиболее простые из них на стадии предварительной оценки, а сложные и требующие дополнительной информации – при окончательном обосновании инвестиций.

4.2.1 Анализ чувствительности

Одной из задач анализа проекта является определение чувствительности модели предприятия к изменениям различных параметров. Чем шире диапазон параметров, в котором показатели эффективности остаются в пределах приемлемых значений, тем выше запас прочности проекта, тем лучше он защищен от колебаний различных факторов, оказывающих влияние на результаты реализации проекта.

В качестве случайных факторов можно выбрать, например, цену или объем продаж отдельных продуктов, показатели инфляции и другие используемые в проекте исходные данные. Далее система позволяет проанализировать полученную результаты, и мы можем определить степень риска, связанную с

реализацией проекта .

При проведении анализа чувствительности в качестве варьирующих параметров были выбраны объем сбыта, цена сбыта, прямые издержки и общие издержки и диапазон от -36% до 36% с шагом 9% . Результат анализа чувствительности проекта представлен на рисунке 4.6.

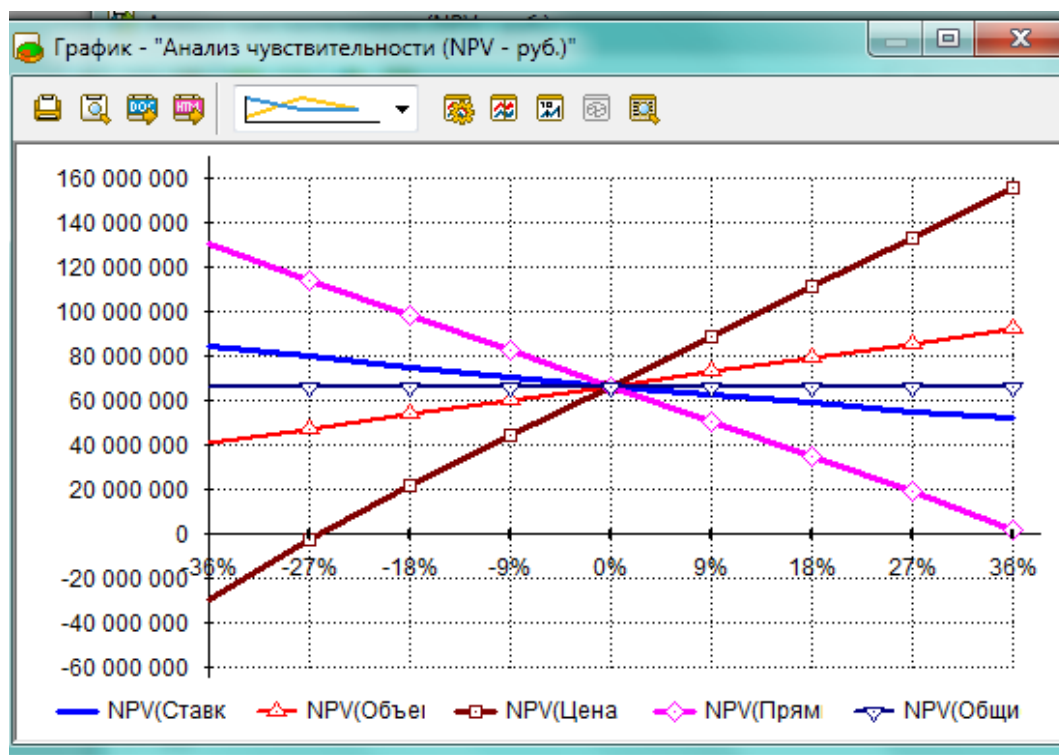


Рисунок 4.2 – Анализ чувствительности проекта

Проведенный анализ показал, наиболее сильное влияние на показатели эффективности проекта оказывают цена сбыта и прямые издержки. При снижении цены сбыта на 27% , предприятие понесет убытки. Увеличение прямых издержек более чем на 36% также понесет предприятию убытки.

4.2.2 Анализ по методу Монте–Карло

Для осуществления имитации рекомендуется использовать нормальное распределение, так как практика риск–анализа показала, что именно оно встречается в большинстве случаев. Количество имитаций может быть сколь

угодно большим и определяется требуемой точностью анализа. Анализ Монте–Карло показывает как изменяются показатели проекта при изменении сразу нескольких рыночных параметров.

Для осуществления имитации рекомендуется использовать нормальное распределение, так как практика риск–анализа показала, что именно оно встречается в подавляющем большинстве случаев. Количество имитаций может быть сколь угодно большим и определяется требуемой точностью анализа. В данном случае ограничимся 1000 имитациями (рисунок 4.3).

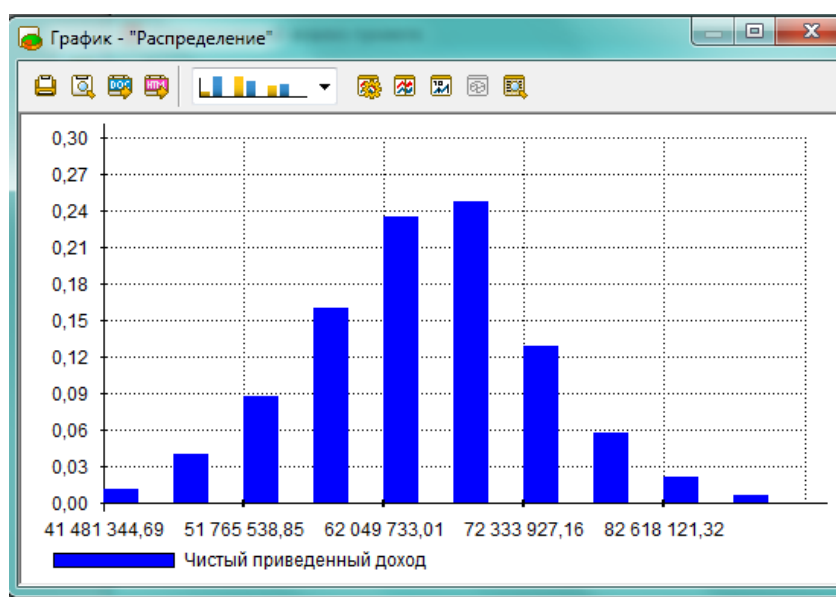


Рисунок 4.3 – Анализ Монте–Карло проекта

Анализ показал, что 70% от всех значений оказались в диапазоне от 51765538085 до 72333927,16 . Данные по графику показывает, что проект не имеет рисков получения убытков.

4.2.3 Анализ безубыточности

Точка безубыточности рассчитывается как отношение постоянных расходов к валовой прибыли на единицу продукции и представляет собой величину объема производства (или объема продаж), при которой предприятие покрывает все свои

издержки (в денежных или натуральных единицах). Она может быть рассчитана для каждого продукта в отдельности или для совокупности продуктов (в этом случае она является некоторой усредненной величиной). Значение точки безубыточности используется как ориентир при принятии различных решений, касающихся производства, сбыта, маркетинга и т. д. Анализ безубыточности проекта представлен на рисунке 4.4

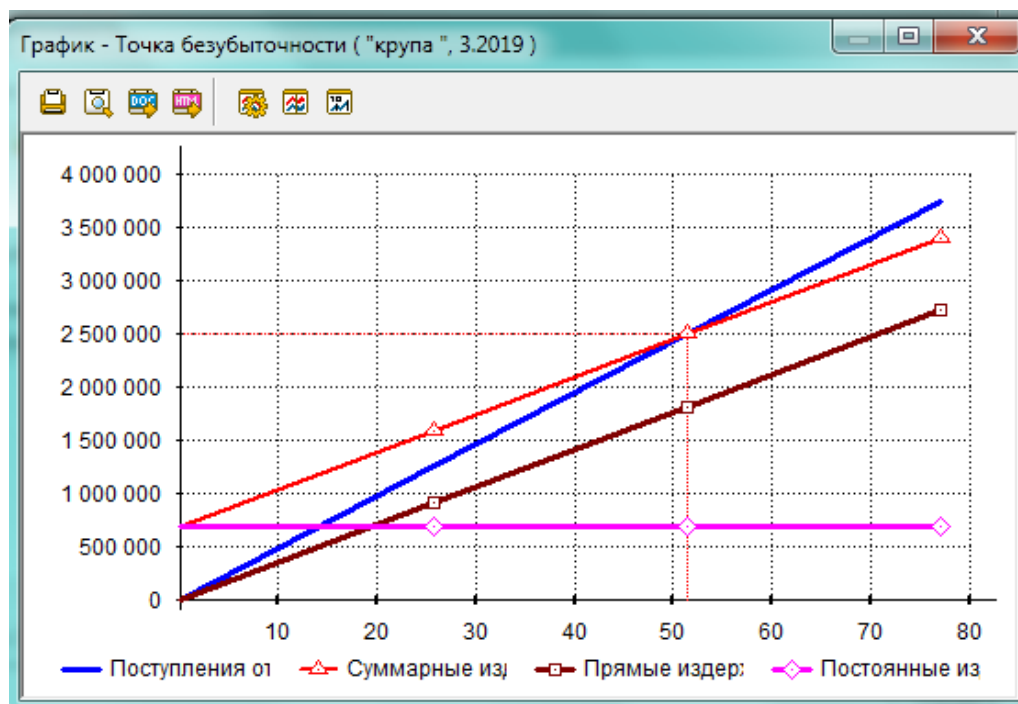


Рисунок 4.4 – Анализ безубыточности проекта

Анализ точки безубыточности показал, что проект будет безубыточным при объеме ремонтов не менее чем 52 тонны в месяц.

Вывод по разделу четыре

В четвертой главе были рассмотрены результаты моделирования, а именно:

- анализ эффективности инвестиций проекта;
- анализ рисков проекта.

Рассчитав затраты на внедрения нового мероприятия по приобретению новой

автоматизированной линии по производству круп и запуска ее в производство, был сделан вывод, что приобретения данного оборудования является очень выгодным для предприятия АО «МАКФА», так как увеличит производственные мощности предприятия на 7008 тыс. тонн в год, задействует в производстве простаиваемую площадь завода на Алтае. Валовый доход составит 152896 тыс. рублей. Уровень валового дохода составит 38,28%, что положительно скажется на уровне валового дохода в целом по предприятию. При этом срок окупаемости будет минимальным – 4 месяца, что еще раз подтверждает выгоду покупки нового оборудования. Затраты на оплату труда также будут минимальными, так как оборудование является полностью автоматизированным и требует работы только двух операторов в смену (количество работников рассчитано исходя из графика день, ночь, два выходных).

Общим результатом от внедрения этих мероприятий является значительное снижение себестоимости на продукции на 8,46 % (788 млн. руб.), увеличение чистой прибыли на 77,09% (2274 млн. руб.), а так же положительный рост показателя рентабельности продаж на 6,96% и общей рентабельности на 7,58%, что еще раз подтверждает тот фактор, что оптимизация затрат является решающим фактором при формировании финансовых результатов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При выполнении выпускной квалификационной работы были решены следующие задачи:

1 Раскрыты теоретические и методические аспекты анализа финансовых результатов и рентабельности предприятия.

От величины прибыли и уровня рентабельность зависит эффективность деятельности предприятия. Прибыль предприятия является одной из самых важных экономических категорий и главной целью деятельности предприятия. Сумма прибыли характеризует достигнутый предприятием результат (прибыль или убыток). Но так как прибыль является абсолютной величиной. Она не может охарактеризовать финансовую эффективность деятельности предприятия. Для этого необходим относительный показатель результативности финансово-хозяйственной деятельности предприятия – рентабельность. Поэтому финансовые результаты предприятия характеризуются величиной полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Подводя итог выше изученным показателям, можно сказать, что факторный анализ финансовых результатов деятельности предприятия является одним из важнейших аспектов исследования хозяйственной деятельности предприятия. Изучение состава и структуры прибыли, проведение факторного анализа результата от реализации, изучение показателей рентабельности необходимы для того чтобы: выявить соответствие внутренних резервов и возможностей организации обеспечению конкурентных преимуществ и удовлетворению будущих потребностей рынка то есть экономического прогнозирования. Для выявления соответствия между внутренними резервами и возможностями организации обеспечивать конкурентное преимущество, чтобы в будущем удовлетворять потребителей рынка (т.е. экономическое прогнозирование) необходимо углубленно изучать состав и структуру прибыли, проводить факторный анализ финансовых результатов от реализационной деятельности, а

так же уделять особое внимание изучению показателей рентабельности.

Факторный анализ рентабельности предприятия показывает степень прибыльности ее деятельности в исследовании уровней и динамики финансовых коэффициентов рентабельности и оборачиваемости, которые являются относительными финансовыми показателями деятельности предприятия, в них заключается анализ рентабельности.

Совокупность производственно–хозяйственных факторов таких как: управление и уровень организации производства в целом, структура капитала, включая его источники, уровень использования производственных ресурсов, затраты на производство и себестоимость изделий, различные виды прибыли, а также качество продукции в целом и ее объем выпуска, – все эти факторы показывают различную степень влияния на уровень и динамику показателей рентабельности.

Изучив различные методики составления отчета о финансовых результатах, сделан вывод, что, в западных моделях накоплен значительный опыт в подготовке финансовой отчетности, ее структурировании, оформлении и аналитическом наполнении. А в России, с развитием новых направлений и технологий, необходимо обратиться к опыту западных моделей, чтобы соответствовать требованиям международных стандартов. Большое внимание следует уделить логике и технике построения отчетности, равно как и ее аналитическому наполнению. Все это будет способствовать привлечению иностранных инвесторов в российскую экономику.

2 Проведен стратегический анализ предприятия, анализ финансовых результатов и рентабельности деятельности предприятия АО «МАКФА».

Предприятие АО «МАКФА» является социально–значимым объектом и в 2017 году включено в 5 предприятий стратегической поддержки области. Высокая квалификация специалистов, усовершенствованная технология, современное оборудование, мощное техническое оснащение позволяют производить макароны, муку и крупы высокого качества. Продукция торговых марок предприятия АО

«МАКФА» является одной из самых популярных среди потребителей в разных странах на протяжении многих лет, благодаря высоким показателям качества производимой продукции и разнообразия ассортимента.

Наиболее важным мероприятием для развития предприятия будет открытие на заводе в Алтайском крае новых линий по производству круп. Такое решение позволит значительно снизить издержки на производство продукции, так как основные крупяные поля находятся в Алтайской крае, также это позволит увеличить объем выпуска, а значит и увеличить объем продаж, позволит снизить стоимость конечного продукта.

Подводя общий итог проведенному анализу финансовых результатов и рентабельности деятельности предприятия АО «МАКФА» за счет влияния факторов, можно сказать о том, что наибольшее влияние на прибыль и рентабельность оказывают такие показатели, как выручка от реализации продукции, полная себестоимость реализованной продукции, издержки обращения. Из проведенных расчетов видно, что увеличение выручки от реализации продукции, уменьшение полной себестоимости и издержек положительно влияет на общий финансовый результат предприятия АО «МАКФА». Проведенный анализ за три исследуемых периода показал, предприятие АО «МАКФА» находится на достаточно высоком уровне развития, но при этом имеет нестабильные показатели финансовых результатов. В 2016 году можно наблюдать положительную динамику увеличения показателей прибыли и рентабельности. Так чистая прибыль в 2016 году увеличилась на 29,97% и составила 1284,1 млн. руб., уровень рентабельности чистой прибыли составил 10,78%. В 2017 году чистой прибылью снизилась на 17,23% и составила 357,8 млн. руб., показатель рентабельности снизился до 8,76%.

Факторный анализ финансовых результатов и рентабельности деятельности АО «МАКФА» за 2015– 2017 гг. с использованием 3– факторной и 2– факторной модели показал, что под влиянием изменения выручки от реализации продукции показатели прибыли и рентабельности увеличиваются, а под влиянием

себестоимости реализуемой продукции прибыли и рентабельность значительно уменьшается. Значит, снижение показателей прибыли и рентабельности АО «МАКФА» произошло за счет резкого увеличения затрат на производство.

3 разработаны мероприятия по улучшению финансовых результатов и рентабельности АО «МАКФА».

Стоит отметить важность оптимизации затрат на производство при формировании финансовых результатов деятельности предприятия. При этом мероприятия необходимо начинать с разработки программы мероприятий, которые позволят добиться такого снижения. В данной квалификационной работе были предложены и внедрены мероприятия, направленные на снижение себестоимости, с помощью:

- снижения затрат на покупку материалов с помощью заключения долгосрочного выгодного контракта на поставку сырья с ООО "ЯрАгроТрейд", позволяющего значительно снизить общую себестоимость, так как закупка пшеницы занимает 60% от общей себестоимости;

- снижения затрат на производство за счет покупки современного оборудования по производству крупы с полной автоматизацией производства ООО «РОМАК», позволяющего производить 7008 тонн в год, при этом срок окупаемости минимальный – 4месяца, а также минимальные затраты на оплату труда, т.к. необходимы 2 оператора в смену.

4 Обоснована эффективность от внедрения предложенных мероприятий.

В четвертой главе были рассмотрены результаты моделирования, а именно:

- анализ движения денежных средства,
- анализ эффективности инвестиций проекта;
- анализ рисков проекта.

Рассчитав затраты на внедрения нового мероприятия по приобретению новой автоматизированной линии по производству круп и запуска ее в производство, был сделан вывод, что приобретения данного оборудования является очень выгодным для предприятия АО «МАКФА», так как увеличит производственные

мощности предприятия на 7008 тыс. тонн в год, задействует в производстве простаиваемую площадь завода на Алтае. Валовый доход составит 152896 тыс. рублей. Уровень валового дохода составит 38,28%, что положительно скажется на уровне валового дохода в целом по предприятию. При этом срок окупаемости будет минимальным – 4 месяца, что еще раз подтверждает выгоду покупки нового оборудования. Затраты на оплату труда также будут минимальными, так как оборудование является полностью автоматизированным и требует работы только двух операторов в смену (количество работников рассчитано исходя из графика день, ночь, два выходных).

Общим результатом от внедрения этих мероприятий является значительное снижение себестоимости на продукции на 8,46 % (788 млн. руб.), увеличение чистой прибыли на 77,09% (2274 млн. руб.), а так же положительный рост показателя рентабельности продаж на 6,96% и общей рентабельности на 7,58%, что еще раз подтверждает тот фактор, что оптимизация затрат является решающим фактором при формировании финансовых результатов.

Задачи выпускной квалификационной работы решены. Поставленные цели достигнуты.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51–ФЗ (ред. от 22.10.2014) Ч. 1 и 2.. – М.: Норма; Инфра–М, 2014.
- 2 Налоговый кодекс Российской Федерации Часть 1 и 2. [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справ.–правовая система, 2012.
- 3 Постановление Правительства РФ от 25.02.11 г. № 107 «Об утверждении положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справ.–правовая система, 2012.
- 4 Приказ Минфина РФ № 66н от 02.07.10 г. «О формах бухгалтерской отчетности организаций» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справ.–правовая система, 2012.
- 5 Приказ Минфина РФ № 94н от 31.10.00 г. «Об утверждении плана счетов бухгалтерского учета финансово–хозяйственной деятельности организации и инструкции по его применению» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справ.– правовая система, 2012.
- 6 Федеральный закон РФ от 27.07.10 г. № 208–ФЗ "О консолидированной финансовой отчетности» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справ.– правовая система, 2012.
- 7 Федеральный Закон «О государственном прогнозировании и программах социально – экономического развития Российской Федерации» от 20.07.1995 N 115–ФЗ (с изм. от 09.07.1999) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справ. – правовая система, 2014.
- 8 Федеральный Закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов»от 02.01.2000 N 29–ФЗ (ред. от 31.03.2006) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справ. – правовая система, 2014.
- 9 Федеральный Закон «Об основах государственного регулирования торговой

- деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381–ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справ. – правовая система, 2014.
- 10 Федеральный закон РФ «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 г. № 208–ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справ. – правовая система, 2013.
- 11 Федеральный закон РФ от 21.11.96 № 129–ФЗ "О бухгалтерском учете" [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справ.–правовая система, 2012.
- 12 Абдукаримов, И.Т. Финансово–экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности): Учебное пособие / И.Т. Абдукаримов. – М.: НИЦ ИНФРА–М, 2013. – 320 с.
- 13 Абрютин, М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учебное пособие / М. С. Абрютин. – Москва: Дело и сервис, 2012. – 462 с.
- 14 Балихина, Н. В. Финансы и налогообложение организаций: учебник для вузов по направлениям 080300 "Финансы и кредит" и 080100 "Экономика" / Н. В. Балихина, М. Е. Косов, Т. Н. Оканова. – М. : ЮНИТИ–ДАНА , 2015 – 623 с.
- 15 Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Дашков и К, 2013. – 372 с.
- 16 Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 366 с.
- 17 Быкадоров, В.Л. Финансово–экономическое состояние предприятия. Практическое пособие. / В.Л. Быкадоров, Алексеев П.Д. – М.: Издательство «ПРИОР», 2013. – 458с.
- 18 Додонов В. Н. Большой юридический словарь: печатное издание/ В. Н. Додонов – изд. Инфра–М, 2011 – 560с.
- 19 Когденко, В. Г. Экономический анализ: учеб.пособие для вузов по специальностям "Бухгалт. учет, анализ и аудит" и др. / В. Г. Когденко М. :

ЮНИТИ–ДАНА , 2015 – 392 с.

- 20 Комплексный экономический анализ предприятия / под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой. – СПб.: Питер, 2010 – 397с.
- 21 Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В., Малеева, Л.И.Ушвицкий. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 529 с.
- 22 Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. – М.: Дашков и К, 2012. – 248с.
- 23 Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов / Д.В. Лысенко. – М.: ИНФРА–М, 2012. – 320с.
- 24 Лысенко, Ю.В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Ю.В. Лысенко, М.В. Лысенко, Э.Х. Таипова. – СПб.: Питер, 2013. – 416 с.
- 25 Мокий, М.С. Экономика фирмы: учебник и практикум для бакалавров / М.С. Мокий, О.В. Азоева, В.С. Ивановский – М. :Юрайт, 2012. – 335 с.
- 26 Нечитайло А.И. Учет финансовых результатов и использования прибыли: Учебное пособие / А.И. Нечитайло. – СПб.: ИВЭСЭП. Знание. 2011. –104 с.
- 27 Нечитайло, А. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие для вузов / А. И. Нечитайло, И. А. Нечитайло. – Ростов н/Д : Феникс , 2014. – 365 с.
- 28 Паламарчук, А.С. Экономика предприятия: Учебник / А.С. Паламарчук. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 458 с.
- 29 Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник для вузов по специальности "Бухгалт. учет, анализ и аудит" / Г. В. Савицкая М.: ИНФРА–М , 2015 – 607 с.
- 30 Сергеев И. В. Экономика организаций (предприятий) : учебник для вузов по экономическим специальностям / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова, – М., 2013. – 552 с.

- 31 Сивкова А.И. Практикум по анализу финансово хозяйственной деятельности для студентов экономических и торгово–экономических колледжей и вузов. Тесы, задачи, деловые игры, ситуации. / А.И. Сивкова, Е.К. Фрадкина. – Ростов н/Д: изд–во «Феникс», 2012. – 448 с.
- 32 Скамай, Л.Г. Экономический анализ деятельности предприятия: учебник для вузов по специальности "Менеджмент орг." / Л. Г. Скамай, М. И. Трубочкина М. : ИНФРА–М , 2014 – 376 с.
- 33 Соломатин, А. Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник / А.Н. Соломатин. – СПб.: Питер, 2012. – 560 с.
- 34 Соснина, Л.С. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебник/ Л.С.Соснина, А.Ф.Свиридова, А.Ф.Черненко. – М.: КНОРУС, 2011. – 344 с.
- 35 Тертышник, М.И. Экономика предприятия: Учебное пособие / М.И. Тертышник. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 328 с.
- 36 Толпегина, О.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для бакалавров / О.А. Толпегина, Н.А. Толпегина. – М.: Юрайт, 2013. – 672 с.
- 37 Фридман, А.М. Экономика предприятия торговли и питания потребительского общества: учебник /А.М. Фридман. – М.: Изд.– торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013. – 628с.
- 38 Хеддервик К. Финансово–экономический анализ деятельности предприятий: Учебное пособие / К. Хеддервик. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 189с.
- 39 Хелферт Э. Техника финансового анализа: Учебное пособие / Э. Хелферт. М.: Аудит, ЮНИТИ, 2010. – с. 492с.
- 40 Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа: Финансы и статистика / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Е.В. Негашев. – М.: ИЦ РИОР 2010. – 385 с.
- 41 Шушпанова, А.В. Анализ финансовых результатов например предприятия АО «МАКФА»/ А.В. Шушпанова // «Экономика и бизнес. Взгляд молодых»: Инфра–М , 2015

- 42 Шушпанова, А.В. Факторный анализ рентабельности деятельности предприятия на примере предприятия АО «МАКФА» / А.В. Шушпанова // «Региональные преобразования экономики: интеграционные процессы и социально– экономическая политика региона», Махачкала, 2015.
- 43 Экономика предприятия: Учебник / А.П. Аксенов, И.Э. Берзинь, Н.Ю. Иванова; Под ред. С.Г. Фалько. – М.: КноРус, 2013. – 350 с.
- 44 Экономика фирмы : учеб.пособие для вузов по направлению «Экономика» / Е. В. Арсенова и др.; под ред. А. Н. Ряховской ; Финанс. ун–т при Правительстве РФ М. : Магистр : Инфра–М , 2015 – 510 с.
- 45 Экономический анализ деятельности предприятия: учебник /Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина.– 2е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА–М, 2011.–378 с.
- 46 Экономический анализ: учеб.пособие / В.В. Панков, Н.А. Казакова. – М.: Магистр: ИНФРА–М, 2011. – 624 с.
- 47 Экономический анализ: учебник / под ред. В.Я. Позднякова, В.М. Прудникова. – М.: ИНФРА–М, 2011. – 491 с.
- 48 Юркова, Т.И. Экономика предприятия/ Т.И. Юркова, С.В. Юрков. Заголовок с экрана [Электронный ресурс] // Режим прямого доступа <http://www.aup.ru/books/m88/>
- 49 Официальный сайт АО «МАКФА». Заголовок с экрана [Электронный ресурс] // Режим прямого доступа – <http://www.makfa.ru>(дата обращения 20.02.2016г.).
- 50 Центр раскрытия корпоративной информации. Заголовок с экрана [Электронный ресурс] // Режим прямого доступа – <http://www.e-disclosure.ru>.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Устав предприятия АО «МАКФА»

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Акционерное общество «МАКФА», в дальнейшем именуемое «Общество», является открытым акционерным обществом. Общество является юридическим лицом, действует на основании устава и законодательства Российской Федерации. Общество является правопреемником имущественных и неимущественных прав и обязанностей ОАО «Челябинская макаронная фабрика» и ОАО «Сосновский комбинат хлебопродуктов», в части имущества, включенного в уставный капитал Общества.

Открытое акционерное общество «МАКФА» в соответствии со статьей 59 Гражданского кодекса РФ является правопреемником по всем обязательствам Открытого акционерного общества «Курганский комбинат хлебопродуктов» в отношении всех его кредиторов и должников, включая и обязательства, оспариваемые сторонами.

Открытое акционерное общество «МАКФА» в соответствии со статьей 59 Гражданского кодекса РФ является правопреемником по всем обязательствам Открытого акционерного общества «Мукомол» в отношении всех его кредиторов и должников, включая и обязательства, оспариваемые сторонами.

Открытое акционерное общество «МАКФА» в соответствии со статьей 59 Гражданского кодекса РФ является правопреемником по всем обязательствам Закрытого акционерного общества «Фабрика «Раменский кондитер» в отношении всех его кредиторов и должников, включая и обязательства, оспариваемые сторонами.

1.2. Общество создано без ограничения срока его деятельности.

2. ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ И МЕСТО НАХОЖДЕНИЯ ОБЩЕСТВА

2.1. Полное фирменное наименование Общества на русском языке: Открытое акционерное общество «МАКФА»;

Сокращенное фирменное наименование Общества на русском языке: ОАО «МАКФА».

Полное фирменное наименование Общества на английском языке: "MAKFA" OpenJointStockCompany.

Сокращенное фирменное наименование Общества на английском языке: OJSC "MAKFA".

2.2. Место нахождения общества: Российская Федерация, 456513, Челябинская область, Сосновский район, поселок Рошино.

Почтовый адрес общества: 454080, г. Челябинск, поселок Мелькомбинат 2, участок 1.

3. ЦЕЛЬ И ПРЕДМЕТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА

3.1. Целью общества является извлечение прибыли.

3.2. Общество имеет гражданские права и несет гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами.

3.3. Отдельными видами деятельности, перечень которых определяется федеральными законами, общество может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

3.4. Общество осуществляет следующие основные виды деятельности:

- Производство макаронных изделий, муки, круп, комбикормов;
- Предоставление помещений в аренду;
- Обслуживание помещений предоставляемых в аренду;
 - Производство строительно– монтажных работ;
 - Производство автотранспортных услуг;
 - Торгово– промышленная деятельность;
 - Внешнеэкономическая деятельность;
 - Торговая, посредническая и коммерческая деятельность;

Продолжение приложения А

- Маркетинговые исследования, консультации по вопросам коммерческой деятельности, финансов, управления;
- Оказания содействия в подготовке правовой, экономической и иной документации, в проведении переговоров, заключении контактов, как с российскими, так и зарубежными партнерами;
- Производство, закупа, хранения, переработки и фасовки сельскохозяйственной продукции и сырья;
- Розничная и оптовая торговля горюче– смазочными материалами, в том числе оптовая перепродажа нефтепродуктов без слива и хранения;
- Консалтинговые услуги;
- Посреднические услуги при купле– продаже продукции производственно– технического назначения, товаров народного потребления, недвижимого имущества производственного и непромышленного назначения;
- Оказание рекламных услуг с использованием всех видов деятельности средств массовой информации;
- Разработка и реализация компьютерных систем передачи и обмена информацией;
- Разработка, создание и внедрение баз данных в области науки, техники, экономики, производства, юриспруденции, медицины и других областях;
- Доверительное управление имуществом в порядке, предусмотренном действующим законодательством российской Федерации;
- Организация промышленных производств;
- Производство (разработка и реализация) товаров народного потребления, в том числе выпуск автомобильных запасных частей;
- Осуществление научно– исследовательских, опытно– конструкторских, архитектурно– проектных, дизайнерских разработок;
- Разработка, производство и реализация стройматериалов, строительство, ремонт, реконструкция производственных и непромышленных объектов;
- Обслуживание и ремонт технических средств, в том числе вычислительной техники;
- Производство и (или) реализация продуктов питания;
- Разработка, изготовление, ремонт, модернизация, внедрение, реализация технических транспортных средств, сервисные услуги в области автотранспорта;
- Внедрение научно– производственных разработок в производство, разработка новых прогрессивных технологий;
- Заготовка, переработка вторичного сырья, отходов производства, растительного и минерального сырья, организация промышленных производств, заготовка и переработка древесины;
- Издательско– полиграфическая деятельность, печать, производство и (или) реализация полиграфических материалов и книжной продукции;
- Производство художественно– оформительских работ и оформление интерьеров зданий, включая дизайн и производство сувениров;
- Обслуживание в области производственной деятельности;
- Организация отдыха населения посредством проведения культурно массовых, спортивных, оздоровительных и иных мероприятий, а также посредством создания различных форм отдыха и развлечения населения;
- Организация аукционов, ярмарок, выставок– продаж, торгов, лотерей;
- Осуществление функций управляющей организацией в порядке, предусмотренном действующим законодательством российской Федерации;
- Деятельность в области здравоохранения;
- Деятельность больничных учреждений широкого профиля и специализированных;
- Врачебная практика;
- Стоматологическая практика;
- Прочая деятельность по охране здоровья;
- Деятельность среднего медицинского персонала;
- Деятельность вспомогательного стоматологического персонала;
- Другие виды деятельности, направленные на достижение Уставных целей и задач, не

7. УСТАВНЫЙ КАПИТАЛ

Размещенные и объявленные акции

7.1. Уставный капитал общества составляет 2 800 000 (два миллиона восемьсот тысяч) рублей. Он состоит из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами, в том числе из 280 (двухсот восьмидесяти) штук обыкновенных именных акций номинальной стоимостью 10 000 (десять тысяч) рублей каждая.

7.2. Общество вправе размещать дополнительно к размещенным акциям обыкновенные именные акции в количестве 10 000 (десять тысяч) штук номинальной стоимостью 10 000 (десять тысяч) рублей каждая (объявленные акции).

Объявленные акции предоставляют те же права, что и размещенные акции соответствующей категории (типа), предусмотренные настоящим уставом.

12. СТРУКТУРА ОРГАНОВ ОБЩЕСТВА

12.1. Органами управления общества являются:

- общее собрание акционеров;
- Совет директоров;
- единоличный исполнительный орган;

В случае назначения ликвидационной комиссии к ней переходят все функции по управлению делами общества.

12.2. Органом контроля за финансово– хозяйственной деятельностью Общества является ревизионная комиссия.

12.3. Совет директоров и ревизионная комиссия избираются общим собранием акционеров.

12.4. Руководство текущей деятельностью общества осуществляется единоличным исполнительным органом – управляющей организацией, которая утверждается общим собранием акционеров.

12.5. Счетная комиссия общества избирается общим собранием акционеров.

12.6. Ликвидационная комиссия при добровольной ликвидации общества избирается общим собранием акционеров, при принудительной ликвидации назначается судом (арбитражным судом).

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Годовая бухгалтерская отчетность – Баланс АО «МАКФА»

Организация ОАО "Макфа" по ОКПО
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН
 Вид экономической деятельности Производство муки из зерновых и растительных культур и готовых мучных смесей и теста для выпечки по ОКВЭД
 Организационно-правовая форма / форма собственности Открытые акционерные общества/Частная собственность по ОКОПФ / ОКФС
 Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ
 Местонахождение (адрес) 456513, Челябинская обл, Сосновский р-н, Челябинск, п. Рощино

Наименование показателя	код	2015г	2016г	2017г
АКТИВ				
1внеоборотные активы		6936	7733	19002
Нематериальные активы	1110	6936	7733	19002
В т.ч нематериальные активы в организации	1111	6618	6572	18574
Приобретение нематериальных активов	1112	318	1161	428
Основные средства	1150	2320449	2951994	3908507
В т.ч. Основные средства организации	1151	1571733	1534362	2347863
Строительство объектов основных средств	1152	484548	1300615	1471428
Капитальные вложения	1153	264168	117017	89216
Доходные вложения в материальные ценности	1160	10254	864	3575
Финансовые вложения	1170	4829769	5037185	6690515
Отложенные налоговые активы	1180	11953	23204	13039
Итого раздела 1	1100	7179361	8020980	10634692
2 Оборотные активы				
Запасы	1210	3413684	2195036	2972318
В т.ч. Сырье, материалы	1211	3006605	1903603	2567317
Товары	11212	30790	41404	37678
Готовая продукция	1213	332043	214695	297774
Полуфабрикаты собственного производства	1214	44246	35334	69549
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	56050	49728	54203
Дебиторская задолженность	1230	2025085	1737950	2340931
В т.ч. Расчеты с поставщиками и подрядчиками	1231	299425	139256	363948
Расчеты с покупателями и заказчиками	1232	1365297	1365210	1602066
Финансовые вложения	1240	180707	32938	46438
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	428618	588398	711108
Прочие оборотные активы	1260	3612	3100	4460
Итого по разделу 2	1200	6107756	4607150	6129458
БАЛАНС	1600	13287117	12628130	16764150

Окончание приложения Б

Наименование показателя	код	2015г	2016г	2017г
ПАССИВ				
3 Капитал и резервы				
Уставные капитал	1310	2800	2800	2800
Переоценка внеоборотных активов	1340	173486	170128	166891
Добавочный капитал	1350	355803	355803	35803
Резервный капитал	1360	280	280	420
Нераспределенная прибыль	1370	8322192	9268439	10480663
Итого раздела 3	1300	8854561	9797450	11006577
4 Долгосрочные обязательства				
Заемные средства	1410	1544370	1838030	2308459
Отложенные налоговые обязательства	1420	89981	77906	101664
Итого раздела 4	1400	1634351	1915936	2410123
5 Краткосрочные обязательства				
Заемные средства	1510	2337316	303931	2485766
Кредиторская задолженность	1520	434710	585519	823943
В т.ч.	1521	293934	427351	647933
Поставщики и подрядчики				
Расчеты с покупателями и заказчиками	1522	34008	33891	45857
Расчеты по налогам и сборам	1523	23952	14727	15969
Расчеты по соц. Страхованию и обеспечению	1524	23787	27576	33045
Расчеты с персоналом по оплате труда	1525	28852	37061	39387
Расчеты с разными дебиторами и кредиторами	1526	30177	44913	41752
Оценочные обязательства	1540	26179	25294	36200
Прочие обязательства	1550	–	–	1541
Итого по разделу 5	1500	2798205	914744	3347450
БАЛАНС	1700	13287117	12628130	16764150

Руководитель _____ **Турковский С.В.** **Главный бухгалтер** _____
 (подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

" 19 " марта 2015 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего положения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетная дата отчетного периода.
4. Указывается предыдущий год.
5. Указывается год, предшествующий предыдущему.
6. Некоммерческая организация именуется указанный раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров" "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Целевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).
7. Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

Рисунок Б.1– Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2017

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Годовая бухгалтерская отчетность – Отчет о финансовых результатах (прибылях и убытках) (Форма №2) АО «МАКФА»

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина РФ
от 05.10.2011 № 124н)

Отчет о финансовых результатах за 2014 г.

	Форма по ОКУД	Коды	
	Дата (число, месяц, год)	0710002	
Организация <u>ОАО "Макфа"</u> по ОКПО		19 3 2015	
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	53861535	
Вид экономической деятельности <u>Производство муки из зерновых и растительных культур и готовых мучных смесей и теста для выпечки</u> по ОКВЭД		7438015885	
Организационно-правовая форма / форма собственности <u>Открытые акционерные общества/Частная собственность</u> по ОКФС		15.61.2	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	47	16
		384	

Наименование показателя	Код	За 2016 г.	За 2015 г.
Выручка	2110	14393967	12771742
Себестоимость	2120	8903169	8489083
Валовая прибыль	2100	5490798	4282659
Коммерческие расходы	2210	2198281	1732689
Управленческие расходы	2220	454762	393909
Прибыль от продаж	2200	2837755	2156061
Доходы от участия в других организациях	2310	–	–
Проценты к получению	2320	52214	81070
Проценты к уплате	2330	256344	292854
Прочие доходы	2340	632265	818635
Прочие расходы	2350	1310598	1251179
Прибыль до налогообложения	2300	1955292	1511733
Текущий налог на прибыль	2410	370126	329217
В т.ч. постоянные налоговые обязательства(активы)	2421	12936	15803
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	12936	15803
Изменения отложенных налоговых активов	2450	10111	1008
Прочее	2460	4	42
Чистая прибыль	2400	1551293	1193541

Руководитель  Турковский С.В. (расшифровка подписи) Главный бухгалтер  Шапкина Н.И. (расшифровка подписи)

" 25 " марта 2014 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".

Рисунок В.2 – Отчет о финансовых результатах за 2016 год

Окончание приложения В

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина РФ
от 05.10.2011 № 124н)

Отчет о финансовых результатах За 2017год

	Форма по ОКУД	Коды	
		0710002	
	Дата (число, месяц, год)	19 3 2015	
Организация <u>ОАО "Макфа"</u>	по ОКПО	53861535	
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	7438015885	
Вид экономической деятельности <u>Производство муки из зерновых и растительных культур и готовых мучных смесей и теста для выпечки</u>	по ОКВЭД	15.61.2	
Организационно-правовая форма / форма собственности <u>Открытые акционерные общества/Частная собственность</u>	по ОКФС / ОКФС	47 16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384	

Наименование показателя	Код	За 2017 г.	За 2016 г.
Выручка	2110	14658548	14393967
Себестоимость	2120	9339561	8903169
Валовая прибыль	2100	5318987	5490798
Коммерческие расходы	2210	2301975	2198281
Управленческие расходы	2220	410383	454762
Прибыль от продаж	2200	2606629	2837755
Доходы от участия в других организациях	2310	–	–
Проценты к получению	2320	48990	52214
Проценты к уплате	2330	200001	256344
Прочие доходы	2340	581260	632265
Прочие расходы	2350	1390878	1310598
Прибыль до налогообложения	2300	1646000	1955292
Текущий налог на прибыль	2410	329200	370126
В т.ч. постоянные налоговые обязательства(активы)	2421	12119	12936
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	24691	12936
Изменения отложенных налоговых активов	2450	8040	10111
Прочее	2460	10	4
Чистая прибыль	2400	1284059	1551293

Руководитель _____ Турковский С.В. _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер _____
(подпись) (расшифровка подписи)

" 19 " марта 2015 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".

Рисунок В.2 – Отчет о финансовых результатах за 2017год

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Сертификат соответствия АО «МАКФА»



СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р

РЕГИСТР СИСТЕМ КАЧЕСТВА

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА
АНО «ЦЕНТР МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА И СЕРТИФИКАЦИИ»
Россия, 454048, г. Челябинск, ул. Энгельса, д.97 б
№ РОСС RU.0001.13ИС56

К № 24325

СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ

Выпуск 5. СМК сертифицирована с декабря 2000

Выдан Открытому акционерному обществу
«Макфа»
456513, Россия, Челябинская область, Сосновский район, пос. Роцино

НАСТОЯЩИЙ СЕРТИФИКАТ УДОСТОВЕРЯЕТ:

система менеджмента качества применительно к разработке, производству и поставке изделий макаронных, продуктов переработки зерна (мука, крупы, полуфабрикаты мучных изделий, отруби)

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ

ГОСТ ISO 9001-2011 (ISO 9001:2008)
(приложение является неотъемлемой частью сертификата)

Регистрационный № РОСС RU.ИС56.К00269

Дата регистрации 12.04.2013 Срок действия до 12.04.2016

Руководитель Органа по сертификации систем менеджмента качества  О. В. Агеева

Председатель комиссии  В. С. Лесков

Учетный номер Регистра систем качества № 13456

© сплюн

Рисунок Г.1 – Сертификат соответствия АО «МАКФА»



Рисунок Д.1 – Организационная структура АО «МАКФА» (частичная)

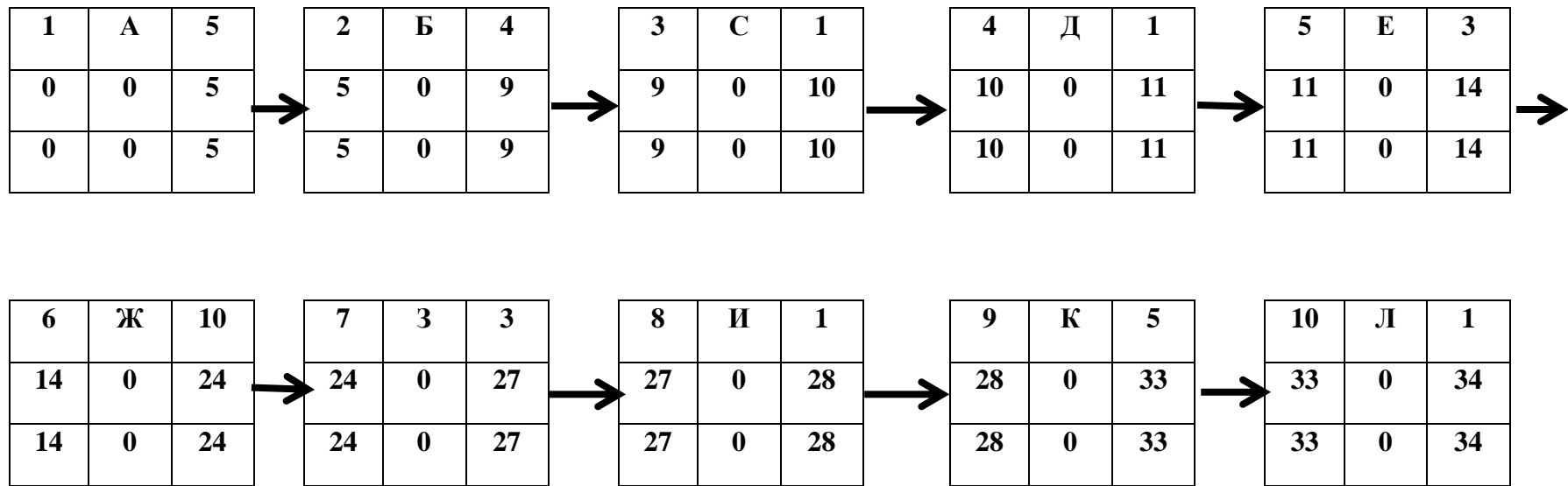


Рисунок Е.1 – сетевой график проекта