

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра Экономики предприятия природопользования и учетных систем

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

На тему Анализ формирования и распределения прибыли предприятия

Исполнитель Быкова Юлия Игоревна  
(фамилия, имя, отчество)

Руководитель Доктор экономических наук, профессор  
(ученая степень, ученое звание)

Воронакова Ольга Васильевна  
(фамилия, имя, отчество)

**«К защите допускаю»  
Заведующий кафедрой**



(подпись)

Доктор экономических наук, профессор  
(ученая степень, ученое звание)

Куручкина Анна Александровна  
(фамилия, имя, отчество)

«  »            2020 г.

Санкт-Петербург  
2020

## Содержание

Введение.....	4
1. Методологические основы формирования и распределения прибыли предприятий.....	6
1.1 Экономическая природа и источники образования прибыли предприятия	6
1.2 Рентабельность предприятия и показатели, которые ее характеризуют...	15
1.3 Факторы, определяющие прибыль и рентабельность предприятия .....	20
2. Формирование и распределение прибыли на ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» .....	26
2.1 Общая организационно-экономическая характеристика ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» .....	26
2.2 Анализ валовой прибыли и других доходов .....	28
2.3 Анализ прибыли и рентабельности ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат».....	34
2.4 Распределение и использование прибыли .....	42
3. Стратегия управления прибылью предприятия и оценка резервов роста прибыли на перспективу в ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» .....	44
3.1 Стратегическая цель предприятия и его достижения .....	44
3.2 Резервы роста прибыли .....	53
Заключение .....	64
Список использованной литературы.....	67

## Введение

Переход российской экономики на рыночную модель требует нового подхода к оценке деятельности предприятия. Оценивая показатели эффективности производства, использования ресурсов, продуктивности труда, доходности, ликвидности, можно своевременно принимать соответствующие управленческие решения.

Одним из главных показателей, характеризующих эффективность хозяйственной деятельности, является прибыль. Это не просто результативный показатель, который характеризует хозяйственную деятельность компании, но и источник финансирования развития, в том числе расширения производства, модернизации, переоснащения, повышения эффективности труда персонала и накопления капитала для покрытия непредвиденных расходов.

Оценка прибыли и рентабельности предприятия позволяет определить факторы, которые «тянут назад» и не позволяют полностью раскрыть потенциал. Также анализ прибыли помогает выявить диспропорции в ее распределении.

Выбранная тема на сегодняшний день достаточно актуальна, так как бизнес не может расти, развиваться в условиях рыночной экономики, не ориентируясь на получение прибыли. Не планируя прибыль, не контролируя этот показатель, предприятие не сможет работать эффективно, оно потеряет свои позиции на рынке и станет убыточным.

Учитывая вышесказанное, для данной квалификационной работы была выбрана тема «Анализ формирования и распределения прибыли предприятия», а также проведен анализ деятельности исследуемого предприятия. Были изучены факторы, которые влияют на формирование его прибыли, особенности распределения. Также были выявлены причины отклонения фактических от плановых показателей, недостатки в планировании, были раскрыты резервы для увеличения прибыли.

В данной работе были рассмотрены методологические основы формирования и распределения прибыли, изучены специфика распределения прибыли на предприятии, разработана стратегия управления прибылью, оценены резервы оста прибыли в перспективе.

Цель данной квалификационной работы – провести анализ деятельности исследуемого предприятия и определить факторы, которые влияют на размер прибыли в ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат». Мы будем исследовать не только сами факторы, но и степень их влияния на прибыль и проанализируем, насколько она изменилась под влиянием основных факторов.

Предмет исследования – прибыль анализируемого предприятия ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат».

Объект исследования – финансовая и экономическая деятельность анализируемого предприятия ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат».

Для достижения поставленной цели в работе поставлены и решены следующие задачи:

- изучение особенности хозяйственной деятельности предприятия,
- характеристика финансового состояния исследуемого предприятия,
- на основе анализа выделение основных проблем, препятствующих эффективности деятельности исследуемого предприятия,
- разработка путей совершенствования.

Информационной базой данной работе является: отчетность анализируемого предприятия, постановления и законодательные акты правительства РФ, работы отечественных и зарубежных экономистов, занимающихся вопросами управления эффективностью производства и прибылью.

# **1. Методологические основы формирования и распределения прибыли предприятий**

## **1.1 Экономическая природа и источники образования прибыли предприятия**

Одной из важнейших составляющих эффективности предприятия является положительный результат его деятельности, выражающийся в превышении доходов над расходами. Высокие значения результатов деятельности предприятия обеспечивают укрепление бюджета государства посредством налоговых отчислений, способствуют росту инвестиционной привлекательности предприятия, его деловой активности в производственной и финансовой сферах. Данные обстоятельства обуславливают необходимость изучения и проведения анализа финансовых результатов деятельности предприятия.

Общеизвестно, что основным экономическим фактором, определяющим прибыльность предприятия, является финансовый результат. При этом финансовый результат выступает тем комплексным показателем, который обобщает все результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятия и определяет ее эффективность.

Таким образом, цель деятельности любого предприятия - это получение положительного финансового результата и поиск путей его увеличения. Результативность деятельности отражается в финансово-экономических показателях, наиболее точно характеризует финансовое положение предприятия и дает представление об экономическом потенциале его развития. В современных условиях экономического развития субъектов хозяйствования вопрос финансовых результатов считается одним из ключевых при осуществлении хозяйственной деятельности, так как финансовый результат является основным итоговым показателем.

Трактовка финансовых результатов является важной научной

проблемой. Понимание сущности финансового результата деятельности предприятий и принятия эффективных управленческих решений по дальнейшему их развитию - главная предпосылка повышения эффективности деятельности предприятий.

По мнению В.И. Данилина финансовый результат - сопоставление доходов и расходов деятельности предприятия, может быть прибылью или убытком, что, в свою очередь, приводит к росту (прибыли) или уменьшению (убытку) собственного капитала. И именно полученный финансовый результат характеризует качество деятельности предприятия.

М.В. Воронина описывает финансовый результат как прирост или уменьшение капитала.

По мнению К.В. Екимова под финансовым результатом понимается выражение в форме прибыли или убытка.

Е.М. Рогов рассматривает финансовый результат как итоги (результат) деятельности.

П.А. Левчаев пишет, что финансовый результат качественная характеристика финансово-хозяйственной деятельности предприятия, в целом характеризует результат экономических отношений предприятия и в частности отражает значимость и устойчивость развития предприятия (с точки зрения полученного дохода), влияние на его финансово-хозяйственную деятельность факторов внешней среды (с точки зрения структуры и объемов расходов) и количественно обобщается в виде прибылей (убытков), изменения собственного капитала, его отдельных составных частей.

Е.А. Кандрашина пишет, что финансовый результат - это экономическая категория в контексте создания добавленной стоимости и в аспекте методики определения результата деятельности конкретного субъекта хозяйствования, является объектом учета и контроля.

Среди мнений зарубежных ученых в целом можно выделить три основных трактовки финансового результата.

Финансовый результат, как утверждал берлинский адвокат Г.В. Симон - это прирост в течение отчетного периода капитала (средств, которые вложили владельцы) предприятия (в соответствии ущерб определяется как его уменьшение).

Вторая трактовка финансового результата дается Е. Шмаленбахом – профессором Кельнского университета. Финансовый результат - это разница между доходами и расходами предприятия. Он видел, что для определения финансового результата - прибыли, следует сосредоточиться на движении денежных расходов и доходов.

Третье трактовка следует из работ И. Фишера: финансовый результат является увеличением в течение отчетного периода оценки актива за счет изменения его доходности.

Положительным финансовым результатом деятельности предприятия является прибыль, увеличение которой означает приумножение финансовых ресурсов и рост финансовых результатов. Негативное (отрицательное) значение категории финансового результата отражается в показателе убытка, который свидетельствует о низком уровне или отсутствии результативности хозяйственной деятельности, неэффективном управлении ресурсным, производственным и экономическим потенциалами предприятия, неумелом использовании имеющегося капитала, низком качестве работы менеджмента предприятия и тому подобное.

К финансовым результатам деятельности предприятия относятся как минимум 5 показателей: доходы (выручка), прибыль, рентабельность продаж, рентабельность активов и капитала, добавленная стоимость. Опишем их более подробно.

Доходы предприятия состоят из выручки от реализации продукции

(работ, услуг) и внереализационных доходов.

Выручка от реализации продукции - это сумма денежных средств, поступившая на предприятие за проданную продукцию и иные материальные ценности, включая основные средства, выполненные работы, оказанные услуги, а также дебиторская задолженность покупателей за отгруженную продукцию (работы, услуги). Данный показатель отражается в отчете о финансовых результатах предприятия.

Прибыль является основным финансовым источником развития предприятия, совершенствование его материальной базы и продукции, всех форм инвестирования. Значение прибыли направлено на рост деятельности предприятия. То есть прибыль как экономическая категория отражает доход, созданный в процессе материального производства в ходе деятельности. Чем выше уровень прибыли, тем меньше потребность в привлечении средств из внешних источников и тем выше уровень самофинансирования развития предприятия, обеспечения реализации стратегических целей, повышения конкурентной позиции предприятия на рынке. При этом, в отличие от некоторых внутренних источников формирования финансовых ресурсов предприятия, прибыль является таким источником, которая постоянно воспроизводится.

Экономический интерес предприятия находит свое обобщение в объеме прибыли, остающейся в распоряжении предприятия и используется для решения производственных и социальных задач его развития. Экономический интерес работников предприятия связан прежде всего с размером прибыли, которая направляется на материальное поощрение, социальные выплаты и социальное развитие. Владельца предприятия интересует прежде всего размер фондов выплаты дивидендов, а, следовательно, и часть прибыли, которая связана с производственным развитием, а соответственно приростом капитала предприятия.

Планируемая прибыль корректируется с учетом влияния различных факторов, влияющих на прибыль: а) снижение (или удорожание)

себестоимости сравнимой товарной продукции; б) ассортиментные сдвиги; в) изменение качества продукции; г) другие факторы.

Г.В. Савицкая рассуждает о том, что в наиболее обобщенном виде качество прибыли характеризует структуру источников формирования прибыли по всем видам деятельности - операционной, инвестиционной, финансовой. Автор отмечает, что для каждого из приведенных видов понятия качества прибыли характеризует конкретные источники роста прибыли.

Так, высокое качество прибыли сопровождается ростом объемов выпуска продукции, и неизменностью объемов ее выпуска и реализации в натуральных единицах.

Качество прибыли - комплексная качественно-количественная характеристика прибыли предприятия, с одной стороны, которая связана с этапами его формирования, распределения и использования, а с другой - включает в себя опосредованную оценку квалификации работников, организационно-технического уровня производства и степени эффективности их использования.

В.В. Ковалев и О.Н. Волкова акцентируют свое внимание на том, что качество прибыли отражает насколько для данной организации характерен (стабилен) достигнутый уровень прибыли, а также степень использования хозяйственных резервов для его достижения.

Прибыль отражает доход, созданный в сфере материального производства. По сравнению с другими стоимостными показателями, прибыль в наибольшей мере подходит для оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия, так как выражает в стоимостной форме результат этой деятельности.

При оценке прибыли оценивается также рост объема товарной продукции и реализованной продукции, эффективность использования предприятием основных производственных фондов и других материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Итак, обобщая все рассмотренные определения, следует отметить, что финансовый результат - это результат деятельности субъектов хозяйствования, который определяется как разница между суммами доходов и соответствующих им расходов, выраженная в абсолютных показателях прибыли (убытка). К финансовым результатам деятельности предприятия относятся как минимум 5 показателей: доходы (выручка), прибыль, рентабельность продаж, рентабельность активов и капитала, добавленная стоимость.

Как экономический показатель, прибыль – это разница между себестоимостью продукции (товаров, услуг) и ценой ее реализации, между суммой затрат на производство, реализацию и объемом полученной выручки.

Прибыль – это показатель, который характеризует конечный результат деятельности организации. Получение прибыли – обязательное условие расширенного производства, обеспечения самофинансирования субъекта хозяйствования, повышения его конкурентоспособности.

Прибыль выполняет несколько функций:

1. Оценочная – субъекты хозяйствования используют прибыль, как показатель, который характеризует эффективность его коммерческой деятельности. Эта функция выполняется в полной мере только в условиях рыночной экономики, когда существует свободный выбор поставщиков, покупателей, свободное ценообразование.

2. Распределительная – суть ее заключается в том, что прибыль используется в качестве инструмента распределения чистого дохода на часть, которая остается в распоряжении предприятия и часть, которая аккумулируется в бюджетах разных уровней.

3. Стимулирующая – за счет прибыли формируются различные фонды стимулирования (фонд производственного развития, фонд премирования, паевой фонд и др.) [ 3 ].

Как экономический показатель, прибыль сочетает в себе интересы предприятия, как субъекта хозяйствования, собственника предприятия,

наемных работников и экономические интересы государства. В этом аспекте большое значение имеют пропорции распределения и использования прибыли.

Для государства экономический интерес представляет та часть прибыли, которая перечисляется предприятием в виде налогов и других обязательных платежей. Экономический интерес предприятия заключается в размере прибыли, которая остается в его распоряжении и может использоваться для решения производственных, а также социальных задач. Для наемных работников экономический интерес представляет та часть прибыли, которая направляется на социальные выплаты, социальное развитие, оплату труда и премирование. Для собственника важна та часть прибыли, которая направляется на выплату дивидендов и вкладывается в развитие производства, то есть используется с целью развития и прироста капитала.

Прибыль является объектом интересов всех вышеперечисленных сторон. Важно, чтобы при ее распределении эти интересы учитывались в равной степени, интересы одной стороны не должны удовлетворяться за счет ущемления интересов других. Например, увеличение выплат собственникам снижают заинтересованность в прибыли сотрудников, увеличение размеров налогов снижает заинтересованность субъекта хозяйствования в получении прибыли, а значит – бюджетные поступления снизятся.

Прибыль – качественный показатель, так как она отражает динамику доходов, расходов, использования ресурсов и др. Это значит, что прибыль отражает практически все аспекты деятельности субъектов хозяйствования, дает характеристику его работы в целом.

Существуют разные классификации прибыли. В зависимости от вида деятельности, различают прибыль:

1. от реализации товаров и торговых услуг;
2. от неторговой деятельности;
3. прибыль от продажи имущества субъекта хозяйствования;

4. прибыль от внереализационных операций (аренда, инвестиции и др.).

В зависимости от способа определения, различают прибыль:

1. балансовая, которая представляет собой сумму полученных доходов (убытков) и характеризует финансовый результат от всех видов деятельности субъекта хозяйствования;

2. налогооблагаемая, которая рассчитывается, как разница между валовыми доходами и валовыми расходами, скорректированная на сумму амортизации;

3. чистая, которая показывает, какая часть доходов субъекта хозяйствования остается в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других платежей, выплата которых осуществляется за счет прибыли, и может использоваться по его усмотрению.

Права исполнительных органов субъекта хозяйствования и должностных лиц по распоряжению чистой прибылью указываются в Уставе[4].

В зависимости от методов оценки различают:

- номинальную прибыль – показывает фактически полученную величину.

- реальную прибыль – это номинальная прибыль, скорректированная на величину инфляции.

По цели определения, различают:

- бухгалтерскую прибыль – она равна балансовой прибыли.

- экономическую прибыль – рассчитывается, как разница между выручкой от реализации и всеми затратами субъекта хозяйствования, в том числе расходами, связанными с упущенными возможностями.

Разница между бухгалтерской и экономической прибылью – размер неявных затрат субъекта хозяйствования.

Различаются такие виды прибыли, как целевая, минимальная и максимальная. Такая классификация используется для определения

показателей, при которых субъект хозяйствования будет прибыльным, убыточным, работать на уровне нулевой рентабельности.

Такие расчеты очень важны, так как предприятие считается жизнеспособным если его затраты не превышают доходы. Безубыточность предприятия возможна лишь тогда, когда его доходы равны общей сумме затрат от деятельности. Это состояние соответствует точке безубыточности. При превышении объемов субъект хозяйствования становится прибыльным.

Каждое предприятие разрабатывает свою стратегию деятельности, которая влияет на прибыль. Оно может ориентироваться на получение минимальной, необходимой, нормальной или максимальной прибыли. При ориентации на минимальную прибыль предприятие получает размер прибыли, соответствующий минимальным представлениям собственников об эффективности вложенного капитала. На практике этот размер соответствует средней ставке по банковским вкладам, которая действует на данное время. Связанно это с тем, что владельцу капитала не выгодно брать на себя риски и инвестировать в бизнес, если деньги можно разместить в банке или приобрести ценные бумаги с минимальными рисками и аналогичным доходом.

Нормальная прибыль равна прибыли, соответствующей НПК (норме прибыли на капитал), которая сложилась на текущий момент на рынке.

Необходимая прибыль – это прибыль, размер которой соответствует потребностям субъекта хозяйствования в денежных средствах для социального, производственного развития после уплаты налогов и обязательных сборов.

Ориентация на максимальную прибыль связана со стратегией поведения на рынке. При выборе такой стратегии важно определить, насколько целесообразно увеличивать объемы деятельности и рассчитать необходимый объем производства, который позволял бы получать максимальную прибыль.

Итак, предприятию выгодно вести деятельность в случае, если получаемый им доход превышает переменные затраты. В противном случае ему необходимо искать новое направление деятельности или прекращать свою деятельность.

Определяя границы расширения объемов деятельности, субъект хозяйствования должен исходить из того что максимальная прибыль образуется, если предельные доходы равны предельным издержкам.

## **1.2 Рентабельность предприятия и показатели, которые ее характеризуют**

Рентабельность - это категория, которая характеризует полученный доход. Так как доход может принимать неодинаковые формы, то рентабельность может рассматриваться в разных значениях. В широком смысле рентабельность отражает любой доход, получаемый в хозяйственной деятельности человека. В более узком понимании рентабельность проявляется в прибыльности. Иначе говоря, если предприятие получает прибыль, то оно рентабельно.

В любом определении рентабельность - это относительный показатель, который будет означать отношение суммы, полученной (ожидаемой) прибыли к одному из показателей (выручке, расходам, средней стоимости основных и оборотных средств, фонду заработной платы и т. п.).

Значимость показателя рентабельности в условиях ориентации экономики на рыночные отношения (по аналогии с показателями прибыли) определяется интересом к нему не только работников данной организации, но и интересами государства, контрагентов, собственников, кредиторов и заемщиков по следующим причинам:

1. Рентабельность представляет собой результативный, качественный показатель функционирования организации, являясь критерием оценки эффективности ее хозяйственной деятельности.

2. Повышение рентабельности может рассматриваться в качестве цели функционирования фирмы.

3. Рост рентабельности способствует повышению финансовой устойчивости и конкурентоспособности предприятия, способствует его выживанию в рыночной экономике.

4. Рентабельность имеет важное значение для собственников (акционеров, учредителей), так как при ее увеличении возрастает интерес к организации, растет цена акций; для предпринимателей показатель рентабельности характеризует привлекательность в данной сфере бизнеса; для кредиторов и заемщиков наличие рентабельности указывает на реальность получения процентов по обязательствам, снижение риска невозврата заемных средств, платежеспособность организации; динамика рентабельности изучается налоговыми службами, министерствами, фондовыми биржами.

Если рассматривать рентабельность как объективную экономическую категорию, то под рентабельностью понимают наличие прибыльности, финансового результата хозяйственной деятельности предприятия.

Добавленная стоимость - это та часть стоимости продукта, которая создается в данной организации. Это разность между реализованной продукцией за определенный период и стоимостью закупленных фирмой за тот же период предметов труда и услуг (по ремонту, маркетингу, сервису и др.), предоставленных ей другими предприятиями.

Данный показатель имеет ряд достоинств, способствующих объективной оценке стоимости компании:

- 1) учитывает не только прибыль компании, но и инвестированный капитал, который был направлен на ее получение;
- 2) позволяет измерить действительную экономическую прибыльность предприятия;
- 3) показывает, как можно влиять на эту прибыльность.

Прибыль – это итоговый показатель, который характеризует полученный объем денежных средств субъектом хозяйствования, которые он может использовать для стимулирования расширенного производства, формирования фондов, расчетов с бюджетом и внебюджетными фондами. Но она не отражает в полной мере степень эффективности хозяйственной деятельности.

Прибыль может расти, в то же время субъекты хозяйствования ресурсы могут расходовать неэффективно. Поэтому для оценки эффективности хозяйственной деятельности, использования ресурсов, оценки рациональности вложения средств используются показатели относительной доходности, таких как рентабельность.

Рентабельность показывает, как отношение суммы прибыли к величине расходов, фонда оплаты труда, товарооборота и других показателей, выраженное в процентах [ 5 ]. Необходимость оценки капитала особенно востребована в условиях рыночных отношений.

Основные показатели рентабельности:

1. Рентабельность товарооборота – данный показатель применяется для оценки результатов торговой деятельности субъекта хозяйствования. Он показывает, какую прибыль получает предприятие при реализации единицы товарооборота или долю торговой прибыли в цене продукции.

Данный показатель не дает оценки экономической эффективности использования ресурсов, что является его главным недостатком. Он не показывает зависимость между факторами производства и доходом от реализации. В свою очередь это играет важную роль, так как абсолютная величина прибыли может быть достаточно высоким при недостаточно эффективном использовании основных и оборотных фондов. Это значит, что у предприятия имеется нерезализованный потенциал, который с помощью рентабельности товарооборота определить нельзя.

Данный показатель ориентирует на продажу товаров с высокой торговой наценкой. Это может быть нецелесообразным, особенно в условиях

дефицитного рынка, так как может привести к уменьшению ассортимента и недостаточному удовлетворению спроса покупателей.

2. Рентабельность издержек обращения – данный показатель применяется для оценки эффективности затрат, которые понесло предприятия и размера прибыли, полученной на 100 единиц издержек. С помощью данного показателя можно определить прибыльность от продажи отдельных товаров, что позволяет в свою очередь устанавливать скидки или надбавки для корректировки доходности.

Недостатком этого показателя является то, что он не направлен на ориентацию высокой эффективности использования производственных мощностей, так как не показывает величины основных и оборотных фондов, которые применяются.

Показатель рентабельности издержек не дает возможность оценить, какой объем основных и оборотных фондов необходим для получения определенного размера прибыли, насколько эффективно эти фонды используются.

3. Рентабельность производственных фондов – этот показатель применяется для оценки эффективности производственных фондов и дает возможность определить размер прибыли на 100 единиц основных и оборотных фондов.

Изменение показателей оборачиваемости и фондоотдачи стимулирует динамику рентабельности производственных фондов. Данный показатель достаточно полно оценивает эффективность работы, так как учитывает ресурсы субъекта хозяйствования и эффективность их использования.

При необходимости, предприятие может производить расчет частичных показателей, таких как рентабельность оборотных средств и рентабельность основных средств.

4. Рентабельность трудовых ресурсов – данный показатель показывает прибыль на 1 работника или на единицу затрат, связанных с содержанием 1 работника [ 6 ].

5. Рентабельность вложений в предприятие – данный показатель позволяет оценить размер прибыли на единицу имущества, которое находится в распоряжении предприятия. Он рассчитывается, как отношение балансовой прибыли субъекта хозяйствования к стоимости имущества, которое находится в его распоряжении.

6. Рентабельность собственного капитала – это показатель характеризует прибыль, которую собственник получил на единицу вложенного капитала. Он является ориентиром для оценки котировки акций на бирже.

Если сравнивать рентабельность вложений в предприятие и собственного капитала, то можно оценить эффективность привлечения заемных средств. В случае если показатель рентабельности ниже процентов за пользование заемными средствами, привлекать их нецелесообразно.

7. Рентабельность функционирующего капитала – этот показатель показывает размер прибыли на 100 единиц функционирующего капитала, то есть собственного капитала, который использовался для привлечения прибыли.

8. Рентабельность перманентного капитала – этот показатель характеризует прибыль, получаемую при использовании капитала, который находится в долгосрочном распоряжении субъекта хозяйствования. Его величина определяется, как сумма собственных средств и долгосрочных кредитов.

Все вышеуказанные показатели рентабельности можно рассчитывать по прибыли от основной деятельности или балансовой прибыли. Расчет по балансовой прибыли позволяет определить, как влияют на рентабельность налоги и другие обязательные платежи, выплачиваемые из прибыли. Расчет по прибыли от основной деятельности позволяет дать оценку эффективности производственной и непроизводственной деятельности.

Можно сделать вывод, что рентабельность – качественный стоимостный показатель, который показывает степень отдачи затрат или

эффективность использования ресурсов. Он применяется при планировании, проведении аудита, в экономическом анализе, так как позволяет оценить прибыльность в отношении финансовых ресурсов или затрат [ 2 ].

### **1.3 Факторы, определяющие прибыль и рентабельность предприятия**

Прибыль субъекта хозяйствования зависит от соотношения между доходами и затратами при осуществлении деятельности. Ее размер зависит от многих факторов, таких как стоимость ресурсов, энергоносителей, объем реализации, цена продажи и др. Если учитывать влияние основных факторов и управлять ими, можно прогнозировать и получать необходимый размер прибыли.

Стоимость сырья и материалов – важный фактор, который напрямую влияет на размер прибыли. Поэтому компания всегда стремится найти поставщика, который предлагает как можно более низкую цену при соответствующем качестве сырья и материалов. Снизить цену закупки можно, заключив договор напрямую с производителем, таким образом избавляясь от посредников. Также можно, увеличить объемы закупок до оптовых, закупать товары со скидкой в период межсезонной распродажи и др.

Для предприятий, осуществляющих экспортно-импортные операции, важным фактором является курс валюты. Если импортные товары дешевле, целесообразно рассмотреть возможность импорта сырья и ресурсов.

Второй важный фактор, влияющий на прибыль – размер цен. Стратегия ценообразования субъекта хозяйствования зависит от многих факторов, таких как конъюнктура рынка, известно бренда, качество изделия, сезон и др.

Прибыль от повышенной наценки можно увеличить, выходя на международные рынки, расширяя продажу сезонной продукции перед началом сезона, повышая качество и конкурентоспособность товара и т.д.

На размер прибыли оказывает существенное влияние объем реализации. Увеличить его можно, проводя эффективную маркетинговую

политику, разрабатывая и предлагая товары, которые максимально интересны потребителям, имеют уникальные характеристики, вводя в ассортимент взаимодополняющие товары, предоставляя сопутствующие услуги, проводя эффективную политику реализации.

Вышеуказанные факторы, влияющие на прибыль, являются основными. Не менее важным фактором является величина затрат. Субъекты хозяйствования с одинаковым размером дохода могут иметь разную прибыль, так как несут разные затраты. Размер затрат зависит от производительности труда, оборудования, структуры капитала, эффективности использования оборотных фондов, технологического процесса и других факторов. Соответственно каждый из этих факторов влияет на прибыль через затраты.

Источником увеличения прибыли могут быть доходы, не связанные с основной деятельностью предприятия. Это могут быть доходы от инвестирования в различные финансовые инструменты временно свободных средств, аренды, взыскания штрафных санкций и др. Прибыль от внеоперационных операций может быть увеличена не только за счет количества и объема этих операций, но и снижения связанных с ними расходов.

Полученную прибыль субъект хозяйствования использует для удовлетворения различных потребностей. В первую очередь прибыль направляется в бюджет государства, формируя его финансовые ресурсы. Проявляется это в перечислении части прибыли в виде налогов и других обязательных платежей. Также прибыль является источником формирования финансовых ресурсов, которые используются для обеспечения хозяйственной деятельности [ 5 ].

Распределение прибыли проходит в несколько этапов:

1. Распределение балансовой прибыли. На этом этапе прибыль распределяется между предприятием и государством. Соотношение доли государства и предприятия зависит от налоговой политики в стране и имеет

большое значение, как для обеспечения нужд государства, так и развития предпринимательской деятельности. Государство может корректировать соотношение пропорций, вводя или упраздняя налоги, предоставляя налоговые льготы [ 4 ] .

2. Распределение прибыли, оставшейся после уплаты налогов и других платежей. Прибыль направляется на выплату дивидендов, расчетов с наемными сотрудниками, формирование целевых фондов.

Оставшаяся в распоряжении субъекта хозяйствования прибыль не стоит сравнивать с чистой. За счет прибыли уплачиваются также штрафы за нарушение налоговых обязательств, условий договоров с контрагентами, сокрытия прибыли, просроченные банковские кредиты и другие нарушения.

Таким образом чистой прибылью можно считать прибыль, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты налогов и финансовых санкций (штрафов). Предприятие может ее использовать по своему усмотрению, направляя напрямую на финансирование расходов или формирование целевых фондов. Возможен вариант, когда предприятие часть прибыли направляет на финансирование расходов, а часть на формирование целевых фондов. Целевые фонды формируются для удовлетворения потребностей субъекта хозяйствования. Также чистая прибыль напрямую используется для выплаты дивидендов [ 8 ] .

При распределении чистой прибыли значение имеют пропорции между фондом потребления и фондом накопления. Они условные, непосредственно субъект хозяйствования их не формирует, а их размер определяется путем расчетов.

В условиях плановой экономики регулирование пропорций между фондом потребления и накопления осуществляло государство. В условиях рыночной экономики предприятия самостоятельно определяют соотношения между этими двумя фондами.

При распределении чистой прибыли могут формироваться фонда разного назначения:

1. фонд, средства которого направляются на развитие производства;
2. фонд, средства которого направляются на финансирование социальной сферы;
3. фонд, средства которого используются для материального поощрения;
4. резервный фонд;
5. фонд, средства из которого используются на финансирование других расходов.

Задача компании – найти оптимальные пропорции распределения чистой прибыли между финансированием развития производства, материальным стимулированием работников, социальным развитием и другими целями.

Фонд, средства которого направляются на развитие производства, необходим для финансирования закупки основных фондов при увеличении объемов производства, модернизации оборудования, замены, внедрения инноваций, изменения технологического процесса и совершенствования процесса производства в целом. Такие затраты называются капитальными вложениями. Они направляются на закупку нового оборудования, расширение производственных площадей, модернизацию, реконструкцию, улучшение условий труда, безопасности производства, проведение испытаний научно-исследовательской деятельности, освоение новых технологий производства. Эта часть прибыли также используется для погашения долгосрочной задолженности перед банками и процентам по ним.

Для расширения производства необходимы финансовые ресурсы, которые направляются на закупку сырья, материалов, увеличение запасов – то есть на увеличение фонда собственных оборотных средств. Именно поэтому субъекты хозяйствования часть своей прибыли периодически направляют в уставный фонд на прирост норматива собственных оборотных средств.

За счет прибыли формируют фонд, средства которого направляются на расходы, которые связаны с социальной защитой и развитием персонала:

- строительство, ремонт, реконструкция объектов социально-культурной инфраструктуры, жилищного фонда;
- обеспечение работоспособности объектов социально-культурной сферы;
- проведение культурно-массовых мероприятий;
- оздоровительные и профилактические мероприятия (покупка путевок в санатории, их строительство, оплата лечения и др.);
- другие социальные расходы (финансирование детских садов, питание работников, закупка подарков для детей сотрудников, оплата проезда сотрудников и др.).

Фонд средств материального поощрения служит для повышения мотивации персонала в достижении необходимых показателей деятельности. Прибыль может направляться на выплату дополнительных премий, вознаграждений единовременно или по итогам года. Премии выплачиваются, как правило, работникам за высокие достижения и вклад в развитие организации. Также из этого фонда может выплачиваться единовременная помощь отдельным сотрудникам с целью их мотивации и повышения лояльности.

Резервные фонды формируются для того, чтобы аккумулировать средства для финансирования непредвиденных расходов, которые могут возникнуть из-за ухудшения экономической ситуации в стране, изменения рыночной конъюнктуры, стихийных бедствий и т.д. Такие фонды формируют любые субъекты хозяйствования, независимо от организационно-правовой формы. Для акционерных обществ и других хозяйственных обществ создание резервного фонда регламентировано действующим законодательством, как обязательное. Порядок формирования и размер таких фондов определяется учредительными документами.

За счет чистой прибыли акционерные общества выплачивают дивиденды держателям акций. Чистая прибыль может использоваться субъектом хозяйствования и на другие цели. Он может вложить ее в создание совместных предприятий, приобретать ценные бумаги, размещать на банковских депозитах, перечислять на благотворительность, развитие спорта, культуры, здравоохранения. Сумма, направленная на благотворительность (не больше 4% от необлагаемой прибыли) не облагается налогом.

Убытки и расходы, которые предприятие не может отнести на уменьшение балансовой стоимости, покрываются за счет чистой прибыли. Это всевозможные штрафы за нарушение санитарных норм, требований по охране окружающей среды, признанные штрафы по решению суда и др.

Итак, первично прибыль распределяется между предприятием и государством. Чистая прибыль, оставшаяся после уплаты налогов и финансовых санкций, предприятие распределяет самостоятельно по своему усмотрению. Оно направляет средства на потребление и накопление. За счет прибыли субъект хозяйствования формирует фонды для финансирования расходов в будущем, направляет средства на стимулирование сотрудников, модернизацию, развитие и выплату дивидендов собственникам.

## **2. Формирование и распределение прибыли на ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»**

### **2.1 Общая организационно-экономическая характеристика ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»**

Предприятие – ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат». Расположено в Санкт-Петербург, пос. Понтонный, ул. Фанерная, 5 (предприятие компании «Свеза»). «СВЕЗА» — мировой лидер в производстве березовой фанеры. Группа «СВЕЗА» — российская компания, являющаяся мировым лидером на рынке березовой фанеры. Продукция СВЕЗА завоевала доверие потребителей в 70 странах мира. Она используется в строительстве небоскребов и олимпийских объектов, производстве магистральных автоприцепов и высокоскоростных поездов, создании экологичной мебели и стильных интерьеров. Компания работает в России с 1998 г. За это время «СВЕЗА» провела модернизацию производства с использованием самых современных технологий и оборудования. СВЕЗА в цифрах: 1 260 000 м<sup>3</sup> древесных плит в год. 200 и более размеров и толщин. 100% березовый шпон. 70 стран-покупателей. 6 комбинатов. Завод Свеза Усть-Ижора основан в 1910 году. обладает международными сертификатами: ISO 9001, FSC CoC, EN (CE-mark), BFU-100. Производственные мощности по фанере – 100 000 м<sup>3</sup> в год.

ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» состоит из двух основных цехов: цеха по производству фанеры и цеха по производству древесностружечных плит (ДСП). Относится фанерный завод к лесной отрасли, деревообрабатывающей отрасли.

История предприятия ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» начинается с 1976г, когда был запущен цех по производству древесностружечных плит (ДСП) с проектной мощностью 140 тыс. куб/м. в год. Оборудование поставила финская фирма «Rauma-Repola».

В 1998 г. был пущен в строй цех по выпуску большеформатной фанеры, в котором было установлено современное высокопроизводительное технологическое оборудование финской фирмы «Raute». Производственная мощность была установлена 100 тыс. куб/м. фанеры в год.

Основные виды сырья для производства фанеры и его поставщиков отобразим в виде таблицы 1.

Таблица 1 - Основные виды сырья для производства фанеры и его поставщиков

Вид сырья	Поставщик сырья
Древесина	Койгородский район, Вологодская, Кировская, Нижегородская, Саратовская, Архангельская области
Фенол-формальдегидная смола марки СФЖ-3013 или СФЖ-3014	Собственное производство, а также закупаются в Перми, Пензе, Орехово-Зуево, Нижнем Тагиле, В.Новгороде, Губахе
Пленка для ламинирования	Европейские компании-производители: Interprint, Schattdecor, MASA, DKB, SWC, Coveright.

Обобщим основные технико-экономические показатели деятельности предприятия в таблице 2.

Таблица 2 - Основные технико-экономические показатели работы предприятия

Показатель	Единица измерения	2017г.	2018г.	2019г.	Отклонение 2019г. от 2018г. (+,-)	
					Абсолютное (+/-)	Темпы прироста, %
<b>Товарная продукция</b>						
1. Выпуск товарной продукции						
- фанера	тыс. м <sup>3</sup>	182	182	168	-14	-7,7
- ДСтП		260	274	271	-3	-1,09
-ЛДСтП		170	242	240	-2	-0,83
2. Выручка от реализации	тыс. руб.	3198376	3900152	4308304	+408152	+10,5
<b>Труд и заработная плата</b>						

3. Среднесписочная численность ППП	чел.	1580	1492	1474	-18	-1,2
5. Выработка на одного рабочего	руб./чел.	1417	1069	611	-458	-42,8
6. Средняя зарплата в месяц на 1 ППП	руб./чел.	44422	38777	21068	-17690	-45,6
<b>Основные фонды</b>						
7. Среднегодовая стоимость ОПФ	тыс. руб.	1141276	1099152	1103206	+4054	+0,4
8. Фондоотдача	руб./руб.	2,8	3,5	3,9	+0,4	+11,4
9. Фондоёмкость	руб./руб.	0,36	0,28	0,25	-0,03	-10,7
10. Фондовооруженность	тыс. руб./чел	722,3	736,7	748,4	+11,7	+1,6
<b>Финансовые результаты</b>						
11. Себестоимость продукции	тыс. руб.	2058774	2645076	3055711	+410635	+15,5
12. Затраты на рубль товарной продукции	руб.	0,64	0,68	0,71	+0,03	+4,4
13. Прибыль от реализации продукции	тыс. руб.	1139602	1255076	1252593	-2483	-0,2
<b>Финансовое состояние</b>						
16. Коэффициент финансовой устойчивости	–	0,18	0,14	0,16	0,02	
17. Коэффициент обеспеченности запасов	–	1,59	0,58	1,47	0,89	
18. Коэффициент текущей ликвидности	–	0,63	1,41	0,30	-1,11	

Так за 2019 год предприятие получило 3,9 руб. выручки от продажи продукции, на один рубль основных промышленно-производственных фондов, что на 0,4 руб. больше аналогичного показателя за 2018 год. Стоимость производственных основных фондов выросла за 2019 год на 4054 тыс. руб. Увеличились затраты на один рубль товарной продукции на 0,03 копеек и составили в 2019 году 0,71 копеек на рубль товарной продукции.

## **2.2 Анализ валовой прибыли и других доходов**

В течение последних лет ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» ежегодно наращивало производственную мощность по выпуску как фанеры, так и древесностружечных плит. Динамика выпуска продукции ОАО «Усть-

ижорский фанерный комбинат» за 2017-2019 гг. в натуральных измерителях представлена в таблице 3.

Таблица 3 - Динамика производства и реализации фанеры и ДСтП

Показатели	2017г.	2018г.	2019г.	Абс. откл. +,-		Темп роста, %	
				2018-2017гг.	2019-2018гг.	2018-2017гг.	2019-2018гг.
Выпуск фанеры, тыс. м <sup>3</sup>	182	182	166	0	-14	100	-7,7
в т.ч. экспорт	126,3	128,8	113,2	2	-15,6	+1,6	-12,1
в т.ч. внутренний рынок	55,7	53,2	54,6	-2,5	1,4	-4,5	2,6
выпуск ДСтП, тыс. м <sup>3</sup>	260	274	271	14	-3	5,4	-1,1
выпуск ЛДСтП, тыс. м <sup>3</sup>	170	242	240	72	-2	+42,3	-0,8

По данным таблицы 3 можно сделать вывод о том, как изменялся объем за последние 3 года: производство фанеры снизилось в 2019 году по сравнению с 2018 годом на 7,7%, а по сравнению 2018 года с 2017 годом выпуск продукции остался на неизменном уровне.

Анализ товарной и реализованной продукции за 2017 – 2019 года представлен в таблице 4.

Таблица 4 - Анализ товарной и реализованной продукции

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абс. откл. +,-		
				2018-2017гг.	2019-2018гг.	2019-2017гг.
Товарная продукция, тыс.руб.	319837	3900152	4308304	3580315	408152	3988467
в т.ч. фанера	1739437	2207913	1694476	468476	-513437	-44961
в т.ч. ДСтП	1042406	897202	637129	145204	-260073	-405277
в т.ч. ЛДСтП	1118309	1203189	866771	84880	-336418	-251538
Реализованная продукция, тыс.руб.	3917072	3161902	1931510	-755170	-1230392	-1985562
в т.ч. внутренний рынок	1175118	1227906	530253	52788	-697653	-644865
вт.ч. экспорт	2741954	1933996	1401257	-807958	-532739	-1340697

На основании данных таблицы 4 можно определить эффективность использования ресурсов предприятия. Согласно проведенным расчетам

наблюдается тенденция снижения значений почти по всем показателям. Так в 2019 году товарная продукция составила 4308304 тыс. руб., что на 408152 тыс. руб. больше аналогичного показателя за 2018 год.

Уменьшение производительности труда напрямую связано с показателем относительной оснащённости предприятия основными средствами фондовооруженностью; за 2019 г. фондовооруженность составила 748,4 тыс.руб. на одного работника, что на 11,7тыс.руб. больше аналогичного показателя за 2018 г. Как видно из приведенных расчетов темпы роста производительности труда одного работника отстают от темпов роста его фондовооруженности, это привело к снижению фондоотдачи основному обобщающему показателю использования фондов.

Наибольшее снижение реализации продукции произошло на экспорте 532739 и 1340697 тыс. руб. к предыдущим годам. Снижение реализации на внутреннем рынке составил 697653 тыс. руб. и 644865 тыс. руб. или на 56,8% и 54,9% соответственно.

Анализ себестоимости продукции необходимо проводить по элементам затрат, статьям калькуляции и на рубль товарной продукции. Данный анализ себестоимости продукции ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» по элементам затрат представлены в таблице 5.

Исходя из данных таблицы 5 можно сказать, что большое увеличение произошло в материальных затратах на 374893 тыс. руб. или на 17,2% в период 2018-2017 гг., и уменьшилась в период 2019-2018 гг. на 924496; также увеличилась заработная плата с отчислениями на 24684 тыс. руб. в период 2018-2017 гг. и уменьшилась в период 2019-2018 гг. на 49727 тыс. руб.; увеличилась амортизация собственных ОПФ на 10,2%, уменьшилась амортизация собственных ОПФ и составила 65,3%.

Уменьшение себестоимости произошло за счёт снижения объёмов производства, так в 2019 году полная себестоимость снизилась на 1102305 тыс.руб. или до 69,1%, товарная продукция снизилась на 1109928 тыс.руб.,

из чего можно сделать вывод о том, что такое снижение товарной продукции произошло за счет снижения производства.

Таблица 5 - Анализ себестоимости продукции ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» по элементам затрат

Элементы затрат, тыс. руб.	2017 год		2018 год		2019 год		Отклонение (+,-)		Темпы роста, %	
	сумма	уд.вес	сумма	уд.вес	сумма	уд.вес	2018-2017Гг.	2019-2018Гг.	2018-2017Гг.	2019-2018Гг.
Материальные затраты	2173414	69,7	2548307	71,3	1623811	65,7	374893	-924496	17,2	36,3
Заработная плата	352185	11,3	376869	10,5	327142	13,2	24684	-49727	7,0	13,2
Отчисления в фонд соц. защиты	85359	2,7	90635	2,6	80819	3,3	5276	-9816	6,2	10,8
Амортизация собственных ОПФ	154442	4,9	170168	4,8	111133	4,5	15726	-59035	10,2	34,7
Прочие производ. расходы	186906	6,0	204428	5,7	193167	7,8	17522	-11261	9,4	5,5
Итого производственных затрат	2952306	94,6	3390407	94,9	2336072	94,5	438101	-1054335	14,8	31,1
Коммерческие расходы	167168	5,4	183426	5,1	135456	5,5	16258	-47970	9,7	26,2
Полная себестоимость	3119474	100	3573833	100	2471528	100	454359	-1102305	14,6	30,9

Важнейшим показателем эффективности деятельности предприятия является себестоимость продукции, которая представляет собой: сумму затрат на производство и реализацию продукции. Проведём анализ себестоимости продукции по элементам затрат и на рубль товарной продукции.

Себестоимость продукции ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» складывается из материальных затрат, заработной платы, отчислений в соцстрах, амортизации собственных основных фондов, прочих производственных расходов и коммерческих расходов. Материальные

затраты включают в себя сырьё, химикаты, топливно-энергетические ресурсы, вспомогательные материалы и услуги промышленного характера.

На величину прибыли от реализации товарной продукции влияет уровень себестоимости продукции. Если изменение объема реализации влияет на сумму прибыли прямо пропорционально, то связь между величиной прибыли и уровнем себестоимости обратная. Чем ниже себестоимость продукции, определяемая уровнем затрат на ее производство и реализацию, тем выше прибыль, и наоборот.

Анализ себестоимости по статьям затрат приведены в таблице 6.

Таблица 6 - Затраты на производство продукции

Статьи затрат, тыс. руб.	2017 год		2018 год		2019 год		Отклонение (+,-)		Темпы роста, %	
	сумма	уд. вес	сумма	уд. вес	сумма	уд. вес	2018- 2017гг	2019- 2018гг	2018- 2017гг	2019- 2018гг
Сырьё	1750016	56,1	1750539	49,0	1338796	54,2	523	-443730	0,2	23,5
Отходы ФЗ	24402	0,8	24508	0,7	21394	0,9	106	-3114	0,4	12,7
Химикаты	241203	7,7	469092	13,1	96473	3,9	227889	-372619	94,5	79,4
Газ	8480	0,3	5170	0,1	3692	0,1	-3310	-1478	39,1	28,6
Теплоэнергия, электроэнергия, вода	57150	1,8	59476	1,7	54151	2,1	2326	-5325	04,1	0,9
Вспомогательн ые материалы	19378	0,6	33191	0,9	26460	1,1	13813	-6731	71,3	20,4
в т.ч. запчасти	33890	1,1	126354	3,5	54151	2,2	92464	72203	372,8	57,2
Услуги промышленного характера	22869	0,7	37745	1,1	13210	0,5	14876	-24535	65,0	65,0
в т.ч. капремонт	16026	0,5	43232	1,2	15484	0,7	27206	-27748	269,8	64,2
Итого материальных затрат	2173414	69,6	2548307	71,3	1623811	65,7	374893	-924496	17,2	36,3
Средства на оплату труда	352185	11,3	376869	10,5	327142	13,2	24684	-49727	7,0	13,2
Отчисления на соц.ст-рах	85359	2,7	90635	2,6	80819	3,3	5276	-9816	6,2	10,8
Амортизация собственных ОФ	154442	4,9	170168	4,8	111133	4,5	15726	-59035	10,2	34,7
Прочие денежные расходы	167168	5,4	183426	5,1	135456	5,5	16258	-47970	9,7	26,2
Внепроизводств	186906	6,0	204428	5,7	193167	7,8	17522	-11261	9,4	5,5

ен-ные расходы										
Итого себестоимость товарной продукции	3119474	100	3573833	100	2471528	100	454359	-1102305	14,6	30,9

Из таблицы 6 видно, что удельный вес материальных затрат в себестоимости, в частности составляет сырье 54,2% и химикаты 3,9%. Снижение по этим статьям в 2019 г. в сравнении с 2018 г. составляет: сырье на 443730 тыс. руб. и химикаты на 3114 тыс. руб., это говорит о низкой материалоемкости продукции. Также значительную часть в себестоимости имеют средства на оплату труда с отчислениями. Уменьшение составило 59543 тыс. руб., что говорит о низкой трудоемкости продукции.

Важный обобщающий показатель себестоимости продукции – затраты на рубль товарной продукции, который выгоден тем, что, во-первых, универсальный: можно рассчитывать в любой отрасли производства, и, во-вторых, наглядно показывает прямую связь между себестоимостью и прибылью.

Затраты на рубль товарной продукции непосредственно зависят от изменения общей суммы затрат на производство и реализацию продукции и от изменения стоимости произведенной продукции. На общую сумму затрат оказывают влияние объем производства продукции, ее структура, изменение переменных и постоянных затрат, которые в свою очередь могут увеличиться или уменьшиться за счет уровня ресурсоемкости продукции и цен на потребленные ресурсы. Стоимость товарной продукции зависит от объема выпуска, его структуры и цен на продукцию.

Затраты на 1 рубль продукции ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» представлены в таблице 7.

Таблица 7 - Затраты на 1 рубль продукции

Показатели	2017 год	2018 год	2019 год	Отклонение (+,-)	Темпы роста, %
------------	-------------	-------------	-------------	---------------------	-------------------

				2018- 2017гг.	2019- 2018гг	2018- 2017гг	2019- 2018гг
Себестоимость товарной продукции, тыс. руб.	2058774	2645076	3055711	454359	410635	22,1	15,5
Объем товарной продукции, тыс. руб.	3198376	3900152	4308304	701776	408152	21,9	10,4
Затраты на 1 руб. товарной продукции, коп.	0,64	0,68	0,71	0,04	0,03	6,25	4,4

Исходя из данных таблицы 7 снижение затрат на рубль товарной продукции в 2019 году по сравнению с 2018 годом на 0,03 копеек.

Можно предположить, что снижение затрат на один рубль товарной продукции произошло за счет экономии сырья, за счет снижения расходов сырья на один м<sup>3</sup> готовой продукции.

### **2.3 Анализ прибыли и рентабельности ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»**

Прибыль – важнейший показатель эффективности производства. Более чем какой-либо другой показатель, прибыль отражает результаты всех сторон деятельности предприятия. На ее величине складывается объем продукции, ее ассортимент, качество, уровень себестоимости, штрафы, неустойки и другие факторы. Она влияет на такой обобщающий показатель, как рентабельность.

Прибыль – это, с одной стороны, основной источник финансирования деятельности предприятий, а с другой – источник расходов государственного и местного бюджетов.

Прибыль от производства товарной продукции определяется как разница между объемом товарной продукции в оптовых ценах, принятых в плане, и ее полной себестоимостью.

Анализ прибыли от производства товарной продукции в 2018-2019 гг. приведен в таблице 8.

Таблица 8 - Анализ прибыли от реализации товарной продукции ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»

Показатель, тыс. руб.	2017г.	2018г.	2019г.	Отклонение (+,-)		Темпы роста, %	
				2018-2017г.	2019-2018гг.	2018-2017г.	2019-2018гг.
Выручка	3198376	3900152	4308304	701776	408152	21,9	10,4
Себестоимость продаж	2058774	2645076	3055711	454359	410635	22,1	15,5
Валовая прибыль	1255076	1252593	1139602	-2483	-112991	99,8	91,0
Коммерческие расходы	167168	183426	135456	16258	-47970	109,7	73,8
Управленческие расходы	144062	151270	141842	7208	-9428	105,0	93,8
Прибыль от продаж	943846	917897	862304	-25949	-55593	97,2	93,9
Прочие доходы и расходы							
Проценты к получению	729330	687085	579503	-42245	-107582	94,2	84,3
Проценты к уплате	140270	198051	120017	57781	-78034	141,2	60,6
Доходы от участия в других организациях	4000	5796	6315	1796	519	144,9	108,9
Прочие доходы	1370598	1737304	377657	366706	-1359647	126,7	21,7
Прочие расходы	1430522	1825025	417673	394503	-107352	127,6	22,9
Налоги и иные платежи	946828	925006	826083	-21822	-98923	97,7	89,3
Чистая прибыль	622694	697458	693614	-693614	-697458	78,5	72,5
Рентабельность продукции, %	35,7	30,0	41,8	-5,7	11,8	84,0	139,3
Рентабельность продаж, %	56,4	58,8	57,4	-24,0	-1,4	71,0	97,6

Сумма валовой прибыли за 2019 год составила 1139602 тыс. руб. Она ниже прибыли 2018 года на 112991 тыс. руб. и составила 91,0%. Снижение прибыли произошло за счёт уменьшения выручки на 1109928 тыс. руб., но также снизилась себестоимость продукции на 996937 тыс. руб.

В итоге нераспределенная прибыль уменьшилась в 1,76 раза из чего можно сделать предположение, что у предприятия недостаточно средств для дальнейшей модернизации и технического совершенствования производства.

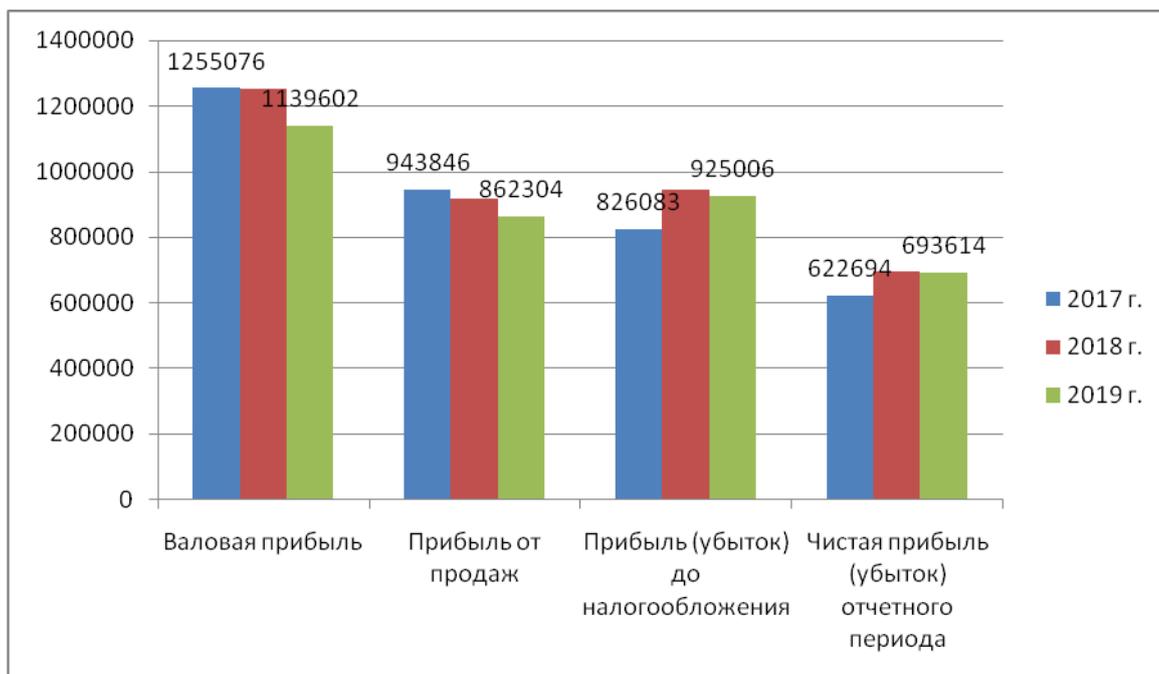


Диаграмма 1- Динамика видов прибыли на предприятии.

Рентабельность является важным показателем эффективности производства. Показатели рентабельности более полно характеризуют эффективность работы предприятия. Показатели рентабельности товарной продукции ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» за 2017-2019 гг. представлены в таблице 9 и таблице 10.

Таблица 9 - Показатели рентабельности реализованной фанеры

Показатель	2017г.	2018г.	2019г.	Отклонение (+,-)		Темпы роста, %	
				2018-2017гг	2019-2018гг	2018-2017гг	2019-2018гг
Рентабельность реализованной фанеры в % к себестоимости, %	14,29	9,59	11,64	-4,7	2,05	-32,9	21,4
Рентабельность реализованной фанеры в % к выручке, %	12,5	8,75	10,42	-3,75	1,67	-30,0	19,01
Затраты в копейках к выручке от реализации фанеры	87,5	91,25	89,58	3,7	-1,63	4,2	-1,78
Рентабельность продукции, %	35,7	30,0	41,8	-5,7	11,8	84,0	139,3
Рентабельность продаж, %	56,4	58,8	57,4	-24,0	-1,4	71,0	97,6
Рентабельность	105,6	52,6	82,75	-53	30,15	-50,2	57,3

реализованной продукции ДСтП в % к себестоимости, %							
Рентабельность реализованной продукции ДСтП в % к выручке, %	51,37	34,47	45,28	-16,9	10,81	-32,9	31,4
Затраты в копейках к выручке от реализации ДстП	48,63	65,53	54,72	16,9	-10,81	34,7	-16,5

Рентабельность реализованной продукции к себестоимости увеличилась на 21,4%, т.е. на 1 рубль затрат приходится 11,64 копейки прибыли, что на 2,05 коп. больше, чем в 2018 году. Рентабельность реализованной продукции к выручке также увеличилась на 19,1%.

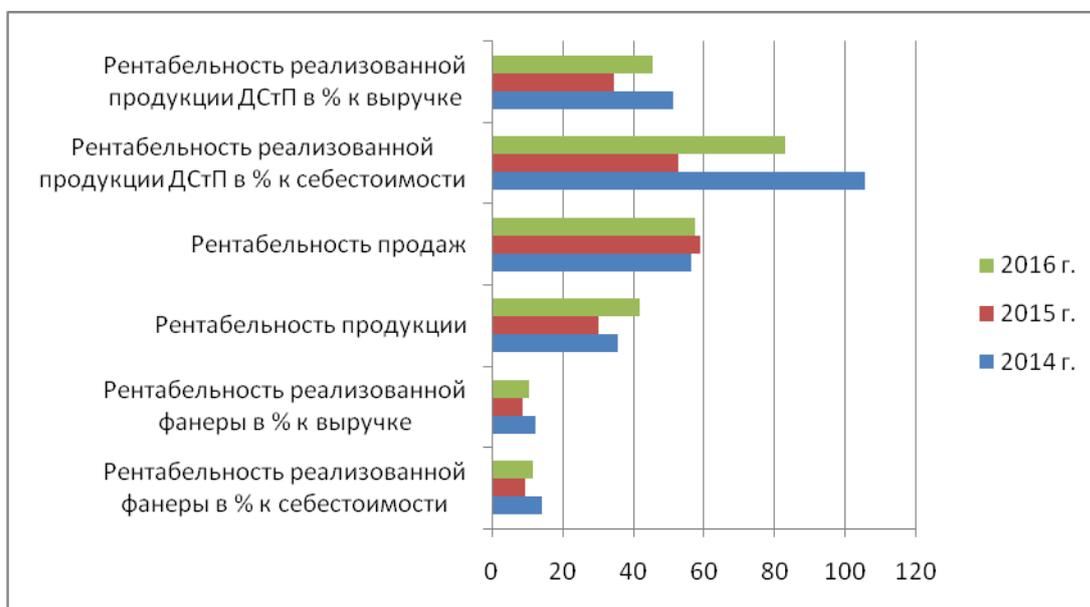


Диаграмма 2 - Динамика показателей рентабельности, %

Следовательно, затраты уменьшились на 1,63 копейки на 1 рубль выручки от реализации и составили 89,58 копейки на рубль товарной продукции.

Снижение затрат на один рубль товарной продукции произошло за счет повышения производительности труда, экономии сырья, снижения расходов сырья на один м<sup>3</sup> готовой продукции.

Таблица 10 - Показатели рентабельности реализованной продукции  
ДСтП

Показатель	2017г.	2018г.	2019г.	Отклонение (+,-)		Темпы роста, %	
				2018- 2017гг	2019- 2018гг	2018- 2017гг	2019- 2018гг
Выручка от реализации ДСтП, тыс. руб.	642406	897202	637129	254796	-260073	39,7	-28,98
Себестоимость реализованного ДСтП, тыс. руб.	312404	587937	348641	275533	-239296	88,2	-40,7
Прибыль от реализации ДСтП, тыс. руб.	330002	309265	288488	-20737	-20777	-6,3	-60,7
Рентабельность реализованной продукции ДСтП в % к себестоимости, %	105,6	52,6	82,75	-53	30,15	-50,2	57,3
Рентабельность реализованной продукции ДСтП в % к выручке, %	51,37	34,47	45,28	-16,9	10,81	-32,9	31,4
Затраты в копейках к выручке от реализации ДСтП	48,63	65,53	54,72	16,9	-10,81	34,7	-16,5

Рентабельность реализованной продукции к себестоимости увеличилась в 1,5 раза, т.е. на 1 рубль затрат приходится 82,75 копейки прибыли, что на 30,15 коп. больше, чем в 2018 году. Рентабельность реализованного ДСтП к выручке также увеличилась, на 1 рубль выручки приходится 10,81 копейки прибыли.

Следовательно, затраты уменьшились на 10,81 копейки на 1 рубль выручки от реализации и составили 54,72 копейки на рубль товарной продукции.

Прибыль от реализации товарной продукции в общем случае изменяется под воздействием таких факторов, как изменение: объема реализации; структуры продукции; отпускных цен на реализованную продукцию; цен на сырье, материалы, топливо, тарифов на энергию и перевозки; уровня затрат материальных и трудовых ресурсов.

Прибыль от продаж организации рассчитывается как разница между выручкой от продаж товаров, работ, услуг (за исключением НДС, акцизов и других обязательных платежей), себестоимостью, коммерческих расходов и управленческих расходов.

Основными факторами, влияющими на сумму прибыли являются:

- Изменение объема продаж.
- Изменение ассортимента реализованной продукции.
- Изменение себестоимости продукции.
- Изменение цены реализации продукции.

Факторный анализ прибыли от продаж необходим для оценки резервов повышения эффективности производства, т.е. основной задачей факторного анализа является поиск путей максимизации прибыли организации. Кроме того, факторный анализ прибыли от продаж является обоснованием для принятия управленческих решений.

Таблица 11 - Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж

Показатели	Ед. изм.	2018	2019	Отклонение	
				абсолют. (+/-)	относит, %
1. Выручка от реализации продукции	тыс.руб.	3900152	4308304	+408152	+10,5
2. Себестоимость	тыс.руб.	2645076	3055711	+410635	+15,5
3. Прибыль от продаж	тыс.руб.	1255076	1252593	-2483	-0,2
4. Индекс изменения цен		1,00	1,05	0,05	105

Определим влияние факторов на сумму прибыли организации следующим образом.

1. Для определения влияния объема продаж на прибыль необходимо прибыль предыдущего периода умножить на изменение объема продаж.

Выручка от реализации товаров предприятия в отчетном периоде составила 4308304 тыс. рублей, для начала необходимо определить объем

продаж в базисных ценах (4308304/1,05), который составил 4103146 тыс. рублей. С учетом этого изменение объема продаж за анализируемый период составило 105,2% ( $4103146/3900152 \cdot 100\%$ ), т.е. произошло увеличение объема реализованной продукции на 5,2% ( $100\% - 67,6\%$ ). За счет увеличения объема продаж продукции прибыль от продажи продукции, работ, услуг увеличилась:  $1255076 \cdot (+0,052) = 65264$  тыс. рублей.

Необходимо отметить что, основная методическая сложность определения влияния объема продаж на прибыль организации связана с трудностями определения изменения физического объема реализованной продукции. Правильнее всего определять изменения в объеме продаж путем сопоставления отчетных и базисных показателей, выраженных в натуральных или условно-натуральных измерителях. Это возможно тогда, когда продукция однородна. В большинстве же случаев реализованная продукция по своему составу является неоднородной и необходимо производить сопоставления в стоимостном выражении. Для обеспечения сопоставимости данных и исключения влияния других факторов необходимо сопоставлять отчетный и базисный объемы реализации, выраженные в одинаковых ценах (предпочтительно в ценах базисного периода).

Индекс изменения цен на продукцию, работы, услуги рассчитывается путем деления объема реализации отчетного периода на индекс изменения цен реализации. Такой расчет является не совсем точным, так как цены на реализованную продукцию изменяются в течение всего отчетного периода.

2. Влияние ассортимента продаж на величину прибыли организации определяется сопоставлением прибыли отчетного периода, рассчитанной на основе цен и себестоимости базисного периода, с базисной прибылью, пересчитанной на изменение объема реализации.

Прибыль отчетного периода, исходя из себестоимости и цен базисного периода, можно определить с некоторой долей условности следующим образом:

- выручка от продажи отчетного периода в ценах базисного периода 4103146 тыс. рублей;
- фактически реализованная продукция, рассчитанная по базисной себестоимости  $(2645076 * 1,052) = 2782620$  тыс. рублей;
- прибыль отчетного периода, рассчитанная по базисной себестоимости и базисным ценам  $(4103146 - 2782620) = 1320526$  тыс. рублей.

Таким образом, влияние сдвигов в структуре ассортимента на величину прибыли от продаж равно:  $4103146 - (1255076 * 1,052) = 2782806$  тыс. рублей.

Произведенный расчет показывает, что в составе реализованной продукции увеличился удельный вес продукции с увеличением уровня доходности.

3. Влияние изменения себестоимости на прибыль можно определить, сопоставляя себестоимость реализации продукции отчетного периода с затратами базисного периода, пересчитанными на изменение объема продаж:  $3055711 - (2645076 * 1,052) = 273091$  тыс. рублей. Себестоимость реализованной продукции увеличилась, следовательно, прибыль от продажи продукции снизилась на ту же сумму.

4. Для определения влияния цен реализации продукции, работ, услуг на изменение прибыли необходимо сопоставить объем продаж отчетного периода, выраженного в ценах отчетного и базисного периода, т.е.:  $4308304 - 4103146 = 205158$  тыс. рублей.

Подводя итог, посчитаем общее влияние всех перечисленных факторов:

1. влияние объема продаж – 65264 тыс. рублей;
2. влияние структуры ассортимента реализованной продукции - 2782806 тыс. рублей;
3. влияние себестоимости - 273091 тыс. рублей;
4. влияние цен реализации - 205158 тыс. рублей;
5. общее влияние факторов - 3326319 тыс. рублей.

Значительный рост себестоимости продукции произошел в основном за

счет повышения цен на сырье и материалы. Кроме этого, на сумму прибыли повлияло незначительное увеличение объема продаж. Следовательно, резервами роста прибыли предприятия являются рост объема продаж, увеличение доли более рентабельных видов продукции в общем объеме реализации и снижение себестоимости товаров, работ и услуг.

## 2.4 Распределение и использование прибыли

Анализ распределения и использования прибыли проводится в следующем порядке:

1. дается оценка изменений суммы средств по каждому направлению использования прибыли по сравнению с отчетным и базисным периодом;
2. проводится факторный анализ образования фондов;
3. дается оценка эффективности использования фондов накопления и потребления в соответствии с показателями эффективности экономического потенциала.

Рассмотрим в таблице 6 использование прибыли.

Основное потребление чистой прибыли приходится на производственное развитие. В 2019г. вся чистая прибыль была направлена на увеличение капитализированной прибыли. В целом структура использования чистой прибыли сместилась в сторону увеличения развития.

Таблица 12 - Анализ использования нераспределенной прибыли ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Откл-е (+, -) 2019 г. от 2018г
Нераспределенная прибыль прошлых лет	1846745	1837337	2534795	697458
Чистая прибыль отчетного года	622694	697458	693614	-3844
Использование прибыли в	632102	601618	54189	-547429

отчетном году на:				
- выплату дивидендов	252841	240647	21676	-218971,6
- увеличение резервного фонда	-	-	-	
- производственное развитие	379261	360971	32513	-328457,4
Нераспределенная прибыль на конец года	1837337	2534795	3228409	693614

Особое внимание необходимо уделить дивидендной политике предприятия, которая оказывает большое влияние не только на структуру капитала, но и на инвестиционную привлекательность субъекта хозяйствования. Если дивидендные выплаты достаточно высокие, то это один из признаков того, что предприятие работает успешно и в него выгодно вкладывать капитал. Но если при этом малая доля прибыли направляется на обновление и расширение производства, то ситуация может измениться. Предприятие в течение исследуемого периода вообще не осуществляло выплату дивидендов.

### **3. Стратегия управления прибылью предприятия и оценка резервов роста прибыли на перспективу в ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»**

#### **3.1 Стратегическая цель предприятия и его достижения**

На основании проведенного анализа прибыли предприятия можно сделать следующие выводы и рекомендации по совершенствованию системы управления прибылью ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат».

Поскольку как таковой системы управления прибылью на предприятии не существует, то основным приемом эффективного управления прибылью на ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» должна стать организация системы управления прибылью и распределение обязанностей управления между отдельными звеньями аппарата управления.

Во всех организациях должны предусматриваться плановые мероприятия по повышению финансовых результатов организации, как показателей эффективности ее деятельности. Существует множество разнообразных способов повышения финансовых результатов организации, как показателей эффективности ее деятельности (рисунок 1). В настоящее время отечественными и зарубежными исследователями в достаточно глубокой степени проработан вопрос выявления путей повышения финансовых результатов организации.

Актуальность рассматриваемой проблемы объясняется тем, что в последнее время возрос интерес к подобным исследованиям, что связано с проблемами, которые возникают из-за кризисных явлений в современной экономике.

В современных условиях организации ставят основной целью своего существования на рынке максимизацию положительных финансовых результатов, так, как только это может обеспечить долгосрочное их существование на рынках сбыта. Резервы повышения финансовых

результатов - это показатели, характеризующие возможность их роста за счет увеличения объема сбыта, снижения расходов, недопущения внереализационных убытков, оптимизация ассортимента предлагаемых товаров и услуг (рисунок 1).



Рисунок 1 – Основные пути повышения финансовых результатов организации

Стратегия повышения финансовых результатов должна основываться

на комплексном подходе, то есть формировать тесные взаимосвязи между ростом выручки от продаж, оптимизации расходов и улучшения обслуживания клиентов. Так, основные резервы роста финансовых результатов в целом и прибыли в частности заключаются в оптимизации товарных запасов, а именно:

1. Объем поступления товарных ресурсов на предприятие может быть запланирован только на основе оценки спроса на них, что обеспечит, с одной стороны, непрерывность торговых операций, а с другой стороны, позволит избежать недостатка товаров в обороте и повысить объем продаж.

2. При планировании ассортимента необходимо изымать из оборота те товары, которые не приносят необходимый уровень прибыли, а денежные средства вкладывать в прибыльные товары.

3. Необходимо постоянно проводить мониторинг спроса с целью выявления и оценки тех товарных категорий, на которые существенно снижается спрос для разработки мероприятий по его повышению и для сокращения издержек по их обслуживанию.

В практике работы коммерческой организации указанные рекомендации можно реализовать путем:

- оптимизации планирования ассортимента товаров и услуг;
- оптимизации системы планирования распределения товаров (услуг)

между клиентами. Одной из первостепенных задач по повышению прибыли является оптимизация сбыта, так как невозможно постоянно увеличивать объем продаж только за счет количества предлагаемых товаров и услуг, или повышения цены на них. Необходимо изыскивать новые способы воздействия на клиентов за счет построения оптимальной системы распределения.

Еще одним направлением повышения выручки от продаж коммерческой организации в целом и прибыли в частности является оптимизация работы отделов снабжения и сбыта. Не всегда сотрудники отделов сбыта и снабжения работают эффективно, что отрицательно

воздействует как на объем продаж, так и на прибыль предприятия. Избежать подобных ситуаций помогут мероприятия по планирования закупок и продаж, а именно: на предприятии необходимо постоянно разрабатывать бизнес планы как по снабжению предприятия ресурсами, так и по реализации продукции и услуг с помощью инновационных методов: математические модели оптимизации, методы линейного программирования транспортные модели и другие.

В настоящее время эффективность работы коммерческих организаций во многом зависит от менеджеров, занимающихся закупкой и продажей, а именно от качества работы по снабжению организации ресурсами и обслуживанию клиентов. Обслуживание клиентов можно назвать качественным только при наличии двух реализованных компонентов:

- предлагаемые предприятием товары и услуги должны соответствовать по своему ассортименту, количеству и качеству требованиям клиентов.

- культура обслуживания клиентов должна быть обеспечена на максимально высоком уровне. Второй компонент состоит из двух элементов:

- а) в процессе совершения покупки (заказа) должны быть обеспечены определенные удобства для клиентов, а именно клиенту незамедлительно должны представить необходимую информацию, клиент может предварительно заказать товар (услугу) и дополнительные услуги, он должен видеть весь ассортимент товаров (услуг) и др.;

- б) коммерческая организация должна иметь грамотный, коммуникабельный и высокопрофессиональный обслуживающий персонал.

Для того чтобы сотрудники коммерческой организации в максимальной степени стремились повышать производительность труда, стремились использовать новые методы и технологии ведения деятельности, грамотно формировать ассортимент товаров (услуг) и планировать экономические показатели и повышать качество клиентского обслуживания с целью максимизации прибыли, необходимо разработать эффективную

систему материального и морального стимулирования труда. Производительность труда определяется не только физическими способностями менеджеров организации выполнять определенные функции, но и его творческими и креативными подходами к своей работе, умением использовать методы психологического воздействия на поведение клиентов даже при неизменности ассортимента. Оценка результатов вклада работников в процесс обеспечения необходимого объема прибыли должна основываться на количестве реализованных услуг, или числа обслуженных клиентов с учетом норм времени на реализацию одной единицы товара или обслуживания одного клиента. Согласно этой концепции производительность труда измеряется путем сопоставления норматива трудовых затрат, выраженных в норма-часах, с фактическими затратами времени.

Кроме того, в качестве рекомендаций по увеличению финансовых результатов коммерческой организации можно предложить:

- проводить систематические исследования спроса и предложения на рынке с целью оптимизации структуры выручки от продаж;
- внедрить систему управленческого учета затрат и, в особенности коммерческих расходов;
- разработать эффективную и гибкую ценовую политику, которая будет формироваться, и меняться в зависимости от спроса клиентов;
- разработать коммуникационную политику, проводить рекламные мероприятия для привлечения клиентов;
- осуществлять систематический контроль за работой оборудования и работников предприятия, производить своевременную оплату труда;
- при вводе в эксплуатацию нового оборудования уделять достаточное внимание обучению и подготовке кадров, повышению их квалификации для эффективного использования оборудования и недопущения его поломки из-за низкой квалификации обслуживающего персонала;
- увеличение объема производства. Увеличение объема производства в

условиях роботизации приводит к снижению себестоимости продукции в результате уменьшения доли условно-постоянных накладных расходов на единицу продукции, сокращения непроизводительных расходов, таких, как оплата сверхурочных работ, оплата простоев рабочих, снижение потерь от брака, а также удельных затрат по содержанию и эксплуатации оборудования. Чем выше прибыль и чем с меньшей стоимостью основных фондов и оборотных средств она достигнута и более эффективно они используются, тем выше рентабельность производства, а значит выше экономическая эффективность функционирования отрасли и наоборот;

- повышение продажной цены. Повышение продажной цены. В условиях рынка на ценообразование влияет соотношение спроса и предложения. Однако производители-монополисты имеют возможность поднимать тарифы на свою продукцию в пределах, ограниченных мерами государственного регулирования рынка;

- снижение себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени. Снижение себестоимости продукции. Это достигается повышением эффективности производства, причем наиболее целесообразно техническое перевооружение. Возможны и другие пути – реконструкция, модернизация, совершенствование организации производства. Чем ниже себестоимость и цена производства по сравнению с такими же показателями у конкурентов на рынке, тем выше прибыльность;

- диверсификация производства. Диверсификация производства - мера, направленная на улучшение эффективности производства, увеличения получаемой выгоды или недопущение банкротства. Диверсификация производства заключается в единовременном развитии нескольких несвязанных видов производственной деятельности и может затрагивать расширение ассортимента выпускаемой продукции и предоставляемых услуг. Таким образом, за счет увеличения товарного разнообразия может быть

достигнуто улучшение экономического положения организации;

- оптимизация бухгалтерского учета. Одним из путей увеличения финансовых результатов деятельности организации является оптимизация бухгалтерского учета. Механизм регулирования стоимости с помощью такого способа достаточно прост. Если в организации имеются производственные запасы, которые морально устарели или потеряли первоначальные качества, то при создании резерва необходимо учесть, что такие запасы организация нередко использует в производстве другой продукции как более дешевый аналог. Создавать ли в данном случае резерв или нет, зависит от стоимости произведенной готовой продукции. Если на отчетную дату текущая рыночная стоимость этой продукции соответствует или превышает ее фактическую себестоимость, резерв не создается. Текущая рыночная стоимость и величина созданного резерва должны быть подтверждены расчетом;

- улучшение качества продукции;

- продажа излишнего оборудования и другого имущества или сдача его в аренду;

- повышение технического уровня производства;

- расширение рынка продаж;

- рациональное расходование экономических ресурсов;

- снижение затрат на производство;

- ликвидация непроизводственных расходов и потерь и др.

Также путями повышения финансовых результатов деятельности организации являются процесс увеличения абсолютных сумм прибыли и сокращения затрат на производство продукции. Этому содействует широкое применение в производстве результатов научно-технического прогресса, которое ведет к росту производительности общественного труда и процессу снижения на этой основе стоимости единицы ресурсов, которые используются в процессе производства.

Анализ рентабельности продукции в целом и по отдельным ее видам,

также способствует определению внутреннего резерва снижения себестоимости продукции, путей повышения качества продукции и соответствующего увеличения цен.

Отметим, что процесс обеспечения рентабельности повлечет за собой процесс улучшения финансового, социального и экономического положения организаций. Поэтому организациям необходимо постоянно находить новые пути обеспечения рентабельности для того чтобы обеспечить более высокие показатели эффективности своей деятельности.

Альтернативность поиска путей обеспечения рентабельности определяется многообразием ее показателей. Следует учитывать также, что в процессе анализа путей обеспечения рентабельности необходимо выделять влияние, оказываемое внешними и внутренними факторами. К внешним факторам относится процесс расширения рынка сбыта продукции за счет процесса снижения цен на предлагаемый товар. Комплекс внутренних факторов является наиболее важным, чем внешних. К внутренним факторам относят:

- увеличения объема производства;
- процесс снижения себестоимости продукции;
- процесс повышения отдачи основных средств и т.п.

Не менее важный фактор, влияющий на рентабельность организации - долги и задолженности. Наиболее оптимальной является ситуация, когда организации прибегают к помощи дополнительного займа для того чтобы обновить оборудование или ассортимент.

Одним из путей обеспечения рентабельности организации является процесс манипулирования тремя факторами, которые определяют рентабельность организации:

- 1) ускорение товарооборачиваемости;
- 2) уменьшение массы издержек;
- 3) увеличение нормы рентабельности за счет повышения цены.

Однако ряд данных факторов не является единственным. Западные

организации придерживаются теории, согласно которой показатели долгосрочной рентабельности организации зависят более, чем от 30 факторов, включающих в себя ситуации на рынке производителей, рыночные ситуации, наличие компаний-конкурентов и т.д.

Но прежде чем изменять какой-то из факторов очень важно и необходимо определяться, для достижения каких целей этот процесс будет сделан.

Выделяются 4 вида инноваций, которые порождают рентабельность предприятий:

1) процесс реализации новой продукции, продукции с рядом более высоких качественных характеристик в сравнении с ранее и ныне продававшейся продукцией;

2) процесс освоения новых рынков;

3) процесс внедрения новых методов продаж, оказания дополнительных услуг, освоения новых источников поставки продукции;

4) введение организационно-управленческих новшеств.

Таким образом, во всех организациях должны предусматриваться плановые мероприятия по выявлению путей повышения финансовых результатов организации, как показателей эффективности деятельности организаций.

Обобщив вышеизложенный материал, необходимо отметить, что любая коммерческая организация может и должна максимизировать свои финансовые результаты. Это основной показатель успешности в бизнесе, способ повышения имиджа среди клиентов, а также стимул для развития.

Увеличение финансовых результатов способствует повышению финансовой устойчивости организации, что немаловажно при обострении конкуренции на потребительском рынке, и является объективным условием выживания и развития на рынке постоянно меняющихся условий и предложений.

### 3.2 Резервы роста прибыли

#### 1. Строгое соблюдение заключенных договоров с покупателями и снижение дебиторской задолженности

В условиях инфляции всякая отсрочка платежа приводит к тому, что производитель реально получает лишь часть действительной стоимости производимой и реализованной продукции. Одним из приемлемых способов максимизации притока денежных средств является предоставление скидок при обязательном условии сокращения периода оплаты выставленных счетов за приобретаемую продукцию. Предлагается установить скидку на предоплату в размере 3 % от стоимости договора при условии оплаты в течении 10 дней с момента выставления счета. Расчет дебиторской задолженности приведем в таблице 12.

Индекс цен на продукцию деревообрабатывающей промышленности составляет 1,152. Соответственно темп инфляции составляет 15,2 %.

Техническое приведение к базисному моменту времени затрат, результатов и эффектов, имеющих место на  $t$ -ом шаге расчета реализации проекта, удобно производить путем их умножения на коэффициент дисконтирования  $a_t$  определяемый для постоянной нормы дисконта  $E$  как:

$$a_t = 1 / ( 1 + E )^t, \quad (1)$$

где  $t$  – номер шага расчета (0,1,2,...),

$E$  – норма дисконта (15,2 %)

В нашем случае для пересчета в днях данная формула преобразуется и примет следующий вид:

$$a_t = 1 / ( 1 + E/30 )^t, \quad (2)$$

где  $t$  – количество дней в периоде принятия решения.

Рассчитаем чему будет равен коэффициент дисконтирования, если предложить период оплаты труда в течении 14 дней:

$$a_t = 1 / ( 1 + 0,152/30 )^{14} = 1 / 1,1121 = 0,8992;$$

При оплате в течение 4 дней:

$$at = 1 / ( 1 + 0,152/30 )^4 = 1 / 1,0519 = 0,9507.$$

Можно сделать следующие выводы:

1. При возврате дебиторской задолженности через 14 день предприятие реально получит лишь 93,28 % стоимости договора, потеряв с каждой тысячи 6,72 % (100 – 93,28) или 6,72 руб. (6,72 \* 1000 / 100).
2. При возврате дебиторской задолженности через 4 дня предприятие реально получит 95,07 % стоимости договора, потеряв с каждой тысячи 1,98 % или 1,98 руб. (1,98 \* 1000 / 100).

В этой связи можно говорить о том, что от годовой выручки продукции, реализованной на условиях последующей оплаты, предприятие получит реально лишь 4018,786 тыс. руб. (4308304 \* 0,9328). Следовательно, 289518 тыс. руб. (4308304 – 4018786) скрытые потери от инфляции. В этой связи для предприятия может оказаться целесообразным установить некоторую скидку с договорной цены при условии досрочной оплаты.

Представим выше приведенные расчеты в таблице 12. Вариант 1 – это предоставление 3 % скидки при условии погашения дебиторской задолженности в 4-дневный срок, вариант 2 – при условии погашения дебиторской задолженности за 14 день.

Таблица 12 - Анализ выбора способов расчета предприятия с покупателями

Показатели	Вариант 1	Вариант 2	Изменения, +,-
1. Индекс цен	1,0519	1,1121	0,0602
2. Коэффициент падения покупательской способности денег	0,9802	0,9328	-0,0474
3. Потери от инфляции с каждой тысячи рублей договорной цены, руб.	1,98	6,72	4,74
4. Потери от предоставления 3 % скидки с каждой тысячи рублей договорной цены, руб.	-	-	-
	19,8	67,2	47,4

Таким образом, предприятие получим выручку в размере 4308304 тыс. руб. с периодом погашения дебиторской задолженности 14 день. При предоставлении 3 % скидки за оплату в срок не позднее 4 дней, предприятие снижает свои потери до 47,4 руб. с каждой тысячи. Скрытые потери от инфляции составляют 67,2 руб. с каждой тысячи, что составляет 289,518 тыс. руб. ( $4308304 * 67,2 / 1000$ ).

Применяя рассмотренную выше систему скидок, реальные потери предприятия составят 85,304 тыс. руб. ( $4308304 * (67,2 - 47,4) / 1000$ ), т.е. сокращаются потери на 204,214 тыс. руб. ( $289,518 - 85,304$ ).

Следовательно, предприятие, предоставляя скидки при сокращении срока оплаты, получает экономию денежных средств в размере 204,214 тыс. руб. и увеличит скорость оборачиваемости оборотных средств.

2. Развитие сбытовой политики, способствующей увеличению объемов продаж продукции и повышение прибыльности предприятия

Одним из наиболее существенных факторов, определяющих эффективность деятельности предприятия, является ценовая политика на товарных рынках. Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее. Через цены реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия.

Если в цену продукции не заложен определенный уровень рентабельности, то на каждой последующей стадии кругооборота капитала предприятие будет обладать все меньшими денежными средствами, что в конечном итоге скажется и на объемах производства, и на финансовом состоянии предприятия. В то же время в условиях конкуренции иногда допустимо применять убыточные цены для завоевания новых рынков сбыта, вытеснения конкурирующих фирм и привлечения новых потребителей. Предприятие с целью внедрения на новые рынки иногда сознательно идет на

снижение выручки от продаж продукции, чтобы в последующем компенсировать потери за счет переориентации спроса на свою продукцию.

Если на себестоимость продукции предприятие может влиять лишь в очень небольших пределах, поскольку гибкость предприятия ограничена, как правило, разбросом цен на сырье, материалы, полуфабрикаты и рабочую силу, а также внутренними резервами производства по снижению материалоемкости продукции, то цену реализации на свою продукцию предприятие может устанавливать в практически неограниченных пределах. Однако возможность установления неограниченной цены не влечет за собой обязательств потребителя приобретать продукцию предприятия за назначенную им цену. Таким образом, ценовая стратегия предприятия — суть решение дилеммы между высокой ценой реализации и большими объемами продаж. Попробуем рассмотреть различные варианты действия предприятия по установлению цен на реализуемую продукцию.

Стратегия управления ценами есть комплекс мер по поддержанию условных цен при фактическом их регулировании в соответствии с разнообразием и особенностями спроса, конкуренции на рынке.

Одним из инструментов ценовой политики, направленной на рост объемов реализации выпускаемой продукции, является внедрение дисконта, зависящего от размера заключаемого контракта.

Гибкая ценовая политика является главным фактором увеличения объемов продаж. В настоящее время в ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» не использует ни каких скидок, цены для всех покупателей едины.

Для совершенствования ценовой политики и ориентации ее на рост объемов.

Скидки на объем продаж фанеры, ДСтП и ЛДСтП в ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» приведен в таблице 13.

Таблица 13 - Скидки на объем продаж фанеры, ДСтП и ЛДСтП в ОАО  
«Усть-ижорский фанерный комбинат»

Базовая цена	Скидка 3% от объема свыше 500 тыс. м <sup>3</sup>	Скидка 5% от объема свыше 1000 тыс. м <sup>3</sup>	Скидка 10% от объема свыше 1700 тыс. м <sup>3</sup>
6,98 тыс. руб./м <sup>3</sup>	6,77 тыс. руб./м <sup>3</sup>	6,63 тыс. руб./м <sup>3</sup>	6,28 тыс. руб./м <sup>3</sup>

В таблице 14 представим обоснования для данных скидок.

Таблица 14 - Обоснование предложенных скидок

Базовая цена, тыс. руб./м <sup>3</sup>	Прямые издержки, тыс. руб./м <sup>3</sup>	Рентабельность продаж, %	Скидка при цене в		
			6,77 тыс. руб./м <sup>3</sup>	6,63 тыс. руб./м <sup>3</sup>	6,28 тыс. руб./м <sup>3</sup>
6345	5710	42,6	3%	5%	10%
Расчет необходимого увеличения продаж			$3/(42,6-3)*100\% = 7,58\%$	$5/(42,6-5)*100\% = 13,3\%$	$10/(42,6-10)*100\% = 30,7\%$
Т.о. с учетом скидок объем продаж должен составить, тыс. м <sup>3</sup>			$679*7,58/100 = 51,5$	$679*13,3/100 = 90,3$	$679*30,7/100 = 208,5$

Объем реализации фанеры, ДСтП и ЛДСтП в 2019 году составлял 679 тыс. м<sup>3</sup>, весь этот объем предприятие реализует на российский и международный рынки. Уменьшение цены на 10% должно стать важным мотивирующим фактором при увеличении объемов закупки.

То есть если предположить, что объем продаж возрастет до 750 тыс. м<sup>3</sup> при цене 6,98 руб. за м<sup>3</sup>, выручка от сделки составит 10676 тыс. руб.

Себестоимость реализованной продукции не изменится и составит 4732 тыс. руб., следовательно, прибыль от реализации составит 4688 тыс. руб., т.е. увеличиться на 17,8 тыс. руб. (прибыль от реализации товарной продукции 2019 года составляла 4670,2 тыс. руб.)

Для наглядности результаты расчетов по внедрению скидки, зависящей от объема реализуемой продукции, составим таблице 15.

Таблица 15 - Результаты расчетов по внедрению скидки, зависящей от объема реализуемой продукции

Показатели	2019 год	Планируемый год	Абсолютное отклонение	Относительное изменение, %
Объем продаж, тыс. м <sup>3</sup>	679	750	71	10,6
Объем продаж, тыс. руб.	4308255	4758750	450495	10,4
Себестоимость продаж, тыс. руб.	3055711	3055711	-	-
Прибыль от продаж, тыс. руб.	1252,593	1703,039	360,357	35,9
Рентабельность продаж, %	29,1	35,8	6,7	-

Наличие положительных изменений показывает, что развитие маркетинговой деятельности, способствующей увеличению объемов продаж продукции, включающее в себя внедрение гибких скидок, направленный на увеличение прибыли организации ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» ориентированной на рост объема от продаж, экономически выгоден.

### 3. Улучшение качества продукции, ее структуры и состава, как основного фактора увеличения рентабельности продаж

В настоящее время при формировании клеевого состава для производства фанеры смешивание и набор рецептуры производится на достаточно старом оборудовании, вследствие отсутствия достаточного контроля за составлением клея во время его приготовления происходит: необоснованный перерасход химикатов; контроль качества клеевого состава происходит по окончании его приготовления, что имеет ряд недостатков; снижение качества готовой продукции за счет просачивания клеевого состава на верхних слоях фанеры, а так же наблюдается расслоение фанеры вследствие недостаточной вязкости клеевого состава, все это приводит к перерасходу материалов, значительной утраты времени для устранения неполадок, а это приводит к ухудшению качества продукции, следовательно и уменьшению прибыли на предприятии.

Решить эти возникшие проблемы возможно путем приобретения смесителя с автоматической порционной подачей реагентов, а также контроль готовности клеевого состава. Это мероприятие позволит предприятию повысить качество выпускаемой продукции (расклей и просачивание клея на верхних слоях фанеры), а за счет повышения вязкости имеется возможность снижения расхода клеевого состава на 1 куб.м. Все это в конечном итоге принесет прибыль предприятию.

Исходные данные для расчета инвестиционного проекта:

Сумма инвестиций по проекту составит – 5000 тыс. руб.

Кредит сроком – 5 лет.

15% годовых.

Объем продаж на данные годы примем на основании роста цен и выручки последнего года. Выручку увеличиваем на 5% по сравнению с 2019 годом, соответственно и следующие годы аналогично.

Себестоимость на 2018 год:

- Сырье и материалы – 2444568,8 тыс. руб.
- Электроэнергия – 240 тыс. руб.
- Прочие материальные затраты – 122240,44 тыс. руб.
- Заработная плата увеличивается на 12% по сравнению с каждым предыдущим годом.
- Отчисления от заработной платы составляет 34,4% - 6130,08 тыс. руб.
- Амортизация составит 1140,0 тыс. руб.
- Управленческие затраты составляют 10% от заработной платы и отчислений – 2395,01 тыс. руб.
- Страховые платежи – 232,31 тыс. руб. (страхование имущества)
- Прочие затраты – 259476,66 тыс. руб. (учитываются в размере 10% от суммы прочих учтенных затрат).

В результате проведенных расчетов будут определены показатели выручки от реализации, текущих затрат с их детализацией, включаемые в

себестоимость, чистая прибыль, которые в соответствии с произведенной программой на три года приводятся в таблице 16.

Таблица 16 – Прогноз финансовых результатов в ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»

№ п/п	Показатели	2020 г. всего, тыс. руб.	2021 г. всего, тыс. руб.	2022 г. всего, тыс. руб.	2023 г. всего, тыс. руб.	2024 г. всего, тыс. руб.
1	Выручка	2323127,50	2439284	2561248	2689310	2823776
2	Себестоимость					
2.1.	Сырье и материалы	2 444 568,80	2 322 340,36	1 973 989,31	1 875 289,84	1 969 054,33
2.2.	Электроэнергия на технологические цели	240,00	264,00	316,80	380,16	456,19
2.3	Прочие материальные затраты	122 240,44	116 130,22	98 715,31	93 783,50	98 475,53
2.4	Затраты на оплату труда	17 820,00	19 958,40	22 552,99	25 484,88	28 797,92
2,5	Начисления на зарплату	6 130,08	6 785,86	7 668,02	8 664,86	9 791,29
2.6	Амортизация (износ ОПФ)	1 140,00	1 140,00	1 140,00	1 140,00	1 140,00
2.7	Расходы на рекламу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.8	Арендная плата	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.9	Управленческие затраты	2 395,01	2 674,43	3 022,10	3 414,97	3 858,92
2.10	Страховые платежи	232,31	243,93	256,12	268,93	282,38
2.11	Прочие затраты	259 476,66	246 953,72	210 766,06	200 842,71	211 185,66
2.1 2	Полная себестоимость	2 854 243,30	2 716 490,91	2 318 426,71	2 209 269,86	2 323 042,21
3	Налоги, относимые на финансовые результаты деятельности					
3.1	Налог на имущество (2,2%)	100,32	75,24	50,16	25,08	0,00
4	Бухгалтерская прибыль	-531 216,12	-277 307,35	242 771,20	480 015,53	500 733,78
5	Налог на прибыль (20%)	-106 243,22	-55 461,47	48 554,24	96 003,11	100 146,76
6	Чистая прибыль	-424 973	-221 846	194 216,96	384 012,42	400 587,03
7	Результаты с учетом операционной деятельности	-426 722,90	-223 445,88	192 766,96	382 712,42	399 437,03
7.1	Погашение кредита	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00
7.2	Проценты за кредитные ресурсы (15%)	750,00	600,00	450,00	300,00	150,00
8	Экономическая	-425	-222	193 906,96	383 852,42	400 577,03

	прибыль	582,90	305,88			
--	---------	--------	--------	--	--	--

Расчет коммерческой эффективности проекта в ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» приведён в таблице 17 и в диаграмме 1.

Таблица 17 - Расчет коммерческой эффективности проекта в ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»

Показатели	Ед. изм.	2020г.	2022г.	2023г.	2024г.	2025г.
Инвестиции (IC)	-	5000000,00	-	-	-	-
Доход от инвестиций	-	-425582899,86	-222305881,43	193909958,24	383852424,99	400577027,36
Коэффициент дисконтирования $(1/(1+r)^2)$	-	0,8696	0,7561	0,5718	0,5718	0,4972
Экономическая прибыль (Рэ)	руб.	-425582899,86	-222305881,43	193906958,24	383852424,99	400577027,36
Период окупаемости (Т)	г.	4 года или 48 месяцев				
Дисконтированный приток ДС $(Рэ/(1+r)^n)$	руб.	-370072086,83	-168095184,45	127496972,63	219468869,82	199157578,7
Чистый дисконтированный доход (NPV)	руб.	-375072086,83	-543167271,28	-415670298,6	-196201728,84	2956149,86
Индекс рентабельности (PI)	-	1,59				

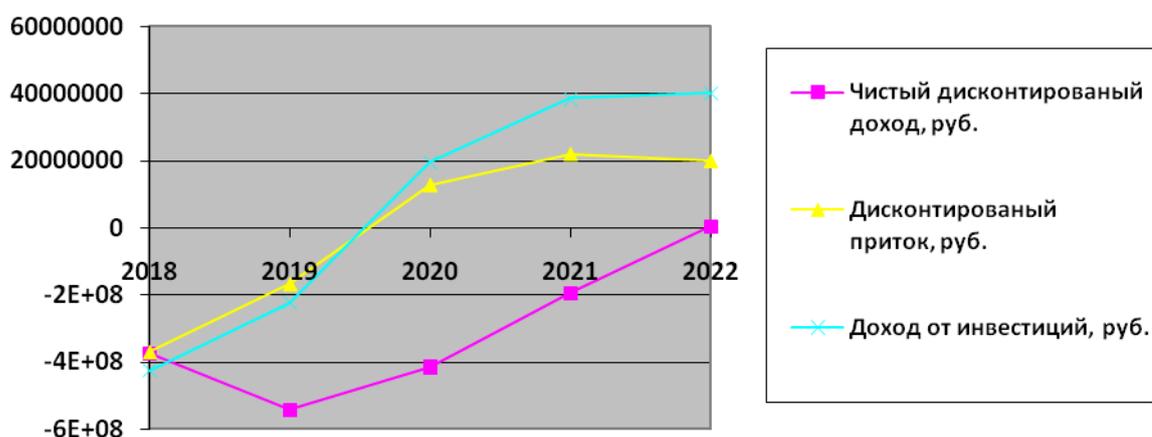


Диаграмма 1. Коммерческая эффективность проекта в ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»

Срок окупаемости проекта составляет 4 года или 48 месяцев, что делает проект привлекательным.

Из расчета следует, что с первого (-375072086,83) по четвертый (-196201728,84) годы расчет чистого дисконтированного дохода имеет отрицательное значение, т.е. вложенные инвестиции не покрываются дисконтированным притоком:  $NPV < 0$ . И только в пятом году расчет чистого дисконтированного дохода получил положительное значение 2956149,86 т.е. вложенные инвестиции покрываются дисконтированным притоком:  $NPV > 0$ . Индекс рентабельности  $PI > 1,0$  (1,59). Следовательно, в пятом году происходит процесс полного возмещения вложенного капитала, мероприятие начнет приносить дополнительную прибыль и с учетом дисконтирования срок окупаемости инвестиционного проекта составит 4 года (48 месяцев).

Результаты расчетов отражаются в сводной таблице обоснования коммерческой, экономической эффективности предлагаемых в проекте мероприятий, представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Сводная таблица показателей эффективности предлагаемых мероприятий

Наименование мероприятия	Сумма инвестиций, капвложений, единовременные затраты, тыс. руб.	Коммерческий эффект, тыс. руб.	Экономический эффект, тыс. руб.	Индекс рентабельности инвестиций	Срок окупаемости, лет
1. Совершенствование политики ценообразования в целях регулирования дебиторской задолженности	-	-	204,2	-	в течение года
2. Усовершенствование сбытовой политики, способствующей увеличению объемов продаж продукции	-	-	360,357	-	в течение года

3.Улучшение качества продукции, ее структуры и состава	5000	2956,149	-	1,59	4 г (48 мес.)
Итого	5000	2956,149	564,557	1,59	4

В данной квалификационной работе были предложены три мероприятия по совершенствованию управления прибылью предприятия ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат»: совершенствование политики ценообразования в целях регулирования дебиторской задолженности; совершенствование сбытовой политики, способствующей увеличению объемов продаж продукции и повышение прибыльности предприятия; улучшение качества продукции, его структуры и состава, как основного фактора увеличения рентабельности продаж.

## Заключение

По результатам работы каждого предприятия формируют разные виды прибыли, по которым определяют промежуточные и конечные финансовые результаты. При этом каждый вид прибыли имеет свое значение на этапе планирования, прогнозирования в части повышения прибыли.

При анализе разных видов прибыли важными аспектами являются превышение доходами над расходами и распределение между учредителями.

При расчёте прибыли необходимо учитывать такие условия как:

- выручка превышает себестоимость;
- выручка равна себестоимости (точка безубыточности). Прибыль отсутствует;
- затраты превышают выручку, предприятие получает убыток.

В рамках написания работы были изучены такие виды прибыли как, валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистая прибыль.

Вследствие выше перечисленного, анализ прибыли на предприятии сегодня становится чрезвычайно актуальным. Анализ прибыли позволяет выявить основные факторы ее роста, эффективное использование ресурсов, потенциальные возможности предприятия, а также определить влияние внешних и внутренних факторов на размер прибыли, порядок ее распределения.

В процессе исследования было выявлено, что прибыль – это сложная экономическая категория. Ее наличие является желанным результатом работы предприятия любой формы собственности.

По представленному материалу видно, что формирование прибыли в первую очередь регулируется на законодательном уровне и во вторых показывает порядок его расчёта. Результаты расчёта прибыли показывают как промежуточные, так и конечные результаты, что является важным

моментом при планировании и прогнозировании. Распределение прибыли показывает результаты работы, заинтересованность руководства в продолжение работы предприятия и в результатах работы своих сотрудников.

Использование прибыли должно определяться производственными и коммерческими целями, что позволит предприятию выйти из кризиса или повысить свое финансовое состояние. Показатель прибыли включается в расчет типа финансовой устойчивости и рентабельности в целях проведения анализа финансово- хозяйственной деятельности предприятия.

Прибыль является результатом реализации продукции и представляет собой разницу между доходом и затратами.

Объем прибыли зависит от объема продаж и цены продукции, уровня издержек.

Данные факторы, влияющие на прибыль, определяются следующими условиями:

- 1) эффективностью коммерческой деятельности предприятия;
- 2) рациональности ведения хозяйства предприятия.

Факторы максимизации прибыли:

- нововведения;
- рациональное управление;
- оптимальные объемы деятельности предприятия.

В результате выполнения работы был проведен анализ формирования и распределения прибыли ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат».

В качестве объекта исследования выпускной квалификационной работы выступило ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат», основным видом деятельности которого является производство хлебобулочных изделий.

Проведенный анализ деятельности предприятия позволяет сделать следующие выводы:

1) Темп роста расходов был выше темпа доходов, что привело к снижению прибыли от продаж на 19,6%; прибыли до налогообложения – на 19,7%; чистой прибыли – на 19,6%. При этом было отмечено снижение эффективности использования основных и оборотных средств.

2) Предприятие обладает абсолютной финансовой устойчивостью и платежеспособностью.

3) Продолжительность финансового цикла возросла на 42 дня, что связано с существенным ростом продолжительности оборота запасов и дебиторской задолженности, что отрицательно характеризует деловую активность предприятия.

Исследуя пути повышения прибыли, можно сделать следующие выводы:

- для ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» были предложены следующие направления роста выручки с целью увеличения прибыли: оптимизация структуры ассортимента, расширение торговли, проведение рекламы;

- для оптимизации затрат компании необходимо совершенствовать стимулирующую роль оплаты труда, более эффективно использовать материально-техническую базу торговли, планирование и др.;

- с целью повышения суммы дохода от реализации необходимым является проведение постоянного ассортиментного анализа выручки от продажи; осуществление эффективной маркетинговой политики на предприятии; диверсификация ассортимента путем включения в ассортиментный перечень взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров и т.д.;

- прогнозируется рост уровня доходности на 22,59, снижение уровня издержек в процентах к выручке на 0,3%, что говорит об их относительной экономии, а также рост рентабельности продаж ОАО «Усть-ижорский фанерный комбинат» на 0,47%. Это свидетельствует о повышении эффективности хозяйствования компании и росте ее конкурентоспособности.

### Список использованной литературы

1. Альбеков, А.У., Согомоян, С.А. Экономика коммерческого предприятия Ростов н /Д: «Феникс» , 2013. 448 с.
2. Артеменко, В.Г. Беллендир М.В. Финансовый анализ . М.: Дело и Сервис, 2012. 312 с.
3. Буркова Р.Ф. Экономика предприятия: учеб. пособие для студентов вузов; Кемеровский институт (филиал) РГТЭУ. -Кемерово : Кемеровский институт (филиал) РГТЭУ, 2013. 248 с.
4. Волков, В. П. Факторы влияющие на показатели прибыли организации: учеб пособие. М.: Новое знание, 2012. 677 с.
5. Воронова Е.Ю. Планирование прибыли в организации»: // Аудитор. 2017. №11. С.48 - 52.
6. Герчигова, И. Н. Финансовый менеджмент: учебное пособиеМ.: консалт - банкир, 2013. 288 с.
7. Экономика торгового предприятия: учебное пособие / М.Н. Греховодов.– Ростов на Дону: «Феникс», 2012.
8. Ендовицкий, Д. А. Формирование и анализ показателей прибыли организации / Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 11.
9. Ермолович, Л.Л., Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Под. общ. ред. Л.Л. Ермолович. - Мн.: Инетерпрессервис; Экоперспектива, 2012.
10. Ефимова, О.В. Финансовый анализ: Бухгалтерский учет, 2013. 396 с.
11. Жминько, А.Е. Сущность и экономическое содержание прибыли/Эконом. анализ. 2011. № 27.
12. Заров, К.Г. Обобщенный анализ возможностей повышение прибыли ком- мерческого предприятия / Финансовый менеджмент. 2017. № 1.

13. Караева, Ф.Е. Максимизация прибыли как один из факторов конкурентной борьбы хозяйственного субъекта // Эконом. анализ. 2018. № 22.
14. Каратуев, А.Г. Финансовый менеджмент: учебно-справочное пособие. М.: ИД ФБК - ПРЕСС, 2012.
15. Климова, Н.В. Бухгалтерский, финансовый и управленческий учет в анализе формирования и использования экономической прибыли / Эконом. анализ. 2012. № 1.
16. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: управление капиталом, выбор инвестиций, анализ отчетности. М.: ИНФРА-М, 2013.–
17. Ковалев, А.И. Анализ финансового состояния предприятия. М.: Центр экономики и маркетинга, 2009. 216 с.
18. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. - М.: ООО «ТК Велби», - 2010. - 424 с.
19. Когденко, В.Г. Практикум по экономическому анализу: учебное пособие. - М.: Перспектива, 2011. - 240 с.
20. Ковалев, А.И., Привалов В. П. Анализ финансового состояния предприятия. - М.: Центр экономической информации, 2009. – 244 с.
21. Крейнина, М. Оценка неплатежеспособности и финансовой устойчивости предприятий. //Экономика и жизнь. – 2011. – №6.
22. Купчина, Л.А. Анализ финансовой деятельности. - М.: Бухгалтерский учет, - 2009.- С. 451.
23. Леонтьев, В.Е. Финансовые ресурсы организаций (предприятий): учебное пособие. - СПб.: Питер, 2011. - 129 с.
24. Липчиу, Н.В. Проблемы формирования конечных финансовых результатов деятельности организации // Экономический анализ. - 2010. - № 7. - С. 13 - 16.
25. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 471 с. 97

26. Макарьева, В.И. Анализ финансово - хозяйственной деятельности организации. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 264 с.
27. Мурашов, В.И. Как повысить эффективность деятельности предприятия? // Экономика предприятия. - 2012. - №3. - С.51-53.
28. Протасов, В.Ф. Анализ деятельности предприятия (фирмы): производство, экономика, финансы, инвестиции, маркетинг. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 536 с.
29. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия. – М.: ЮНИТИДАНА, 2013. – 422 с.
30. Пястолов, С. М. Экономический анализ деятельности предприятий : учебник. – М. : Академический проект, 2017. – 494 с.
31. Русак, Н.А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования.– Мн.: Высшая школа, 2012. – 306 с.
32. Савицкая, Г. В. Анализ деятельности организации : учебник. – Минск : Новое знание, 2017. – 456 с.
33. Сергеев, И.В. Экономика предприятия: учебное пособие 2-е изд. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 466 с.
34. Табурчак, П.П. Экономическая прибыль организации : учебник для вузов. - Ростов н/Д: Феникс, 2017. - 320 с.
35. Титов, В.И. Экономика предприятия: учебник. М.: Дашко и К, 2012. 462 с.
36. Толчина, О.А. Показатели прибыли: сущность и их содержание //Эконом. анализ. 2017. № 20. С. 10-14.
37. Хайруллин, А.Г. Методика оценки показателей прибыли организации // Эконом. анализ: теория и практика- 2012. - № 10. - С.35 - 41.
38. Чечевицына Л.Н. Экономический анализ. М.: «Феникс»,2013. 475 с.
39. Чечевицына, Л. Н. Формирование и распределение прибыли организации: учебник. М.: Дашков и К , 2012. - 352 с. 98
40. Шеремет, А.Д., Методика финансового анализа. М.: ИНФРА - М., 2018. 208 с.

41. Шигаев, А.И. Влияние изменений в ценах и затратах на уровень безубыточности организации // Справ. экономиста. 2017. №2. С. 34-41.

42. Юдина, Л.Н. Анализ прибыли и факторов влияющих на ее развитие // Финансовый анализ: теория и практика. 2018. №17

