

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 прибыли предприятия**

Исполнитель Ольга Александровна Шмидт

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель Кандидат экономических наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

Панова Анастасия Юрьевна

(фамилия, имя, отчество)

**«К защите допускаю»**

**Заведующий кафедрой**



(подпись)

Доктор экономических наук, профессор

Курочкина Анна Александровна

(фамилия, имя, отчество)

«1» июня 2021 г.

Санкт-Петербург

2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические основы анализа прибыли	
1.1 Анализ уровня, динамики и структуры результатов деятельности предприятия.....	6
1.2 Методы анализа прибыли предприятия.....	11
1.3 Формирование прибыли на предприятиях пищевой промышленности.....	20
2 Анализ формирования и использования прибыли в ООО «Елецкий мясокомбинат».....	27
2.1 Общая характеристика предприятия.....	27
2.2 Анализ финансовых показателей деятельности.....	45
2.3 Анализ прибыли предприятия.....	48
3 Совершенствование формирования и использования прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат».....	65
3.1 Рекомендации по формированию и использованию прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат».....	65
3.2 Расчет экономической эффективности от реализации предложенных рекомендаций.....	71
Заключение.....	73
Список использованной литературы.....	78
Приложение А.....	84
Приложение Б.....	85
Приложение В.....	86
Приложение Г.....	87

## **Введение**

Актуальность темы определена тем, что результативность всех компонентов работы организации выражается в определенных экономических результатах. Более распространенным из этих результатов является прибыль, которая обеспечивается разнонаправленными процессами в развитии организации.

Получение прибыли считается одним из неотъемлемых и важнейших условий функционирования коммерческого предприятия. Немаловажно не только получать прибыль, но и грамотно ее распределять, чтобы сохранить и приумножить капитал.

В нынешних условиях все владельцы и менеджеры распределяют и используют полученную прибыль по своему усмотрению. Это, конечно, правильно с точки зрения законодательства, но следует отметить, что эта прибыль не всегда направлена в ту сторону, в которой будет получен максимальный эффект от ее использования, несмотря на возросшую квалификацию предпринимателей в последние годы. Нередко проблемы обоснования заключений по распределению и использованию прибыли недостаточно продуманы и регламентированы.

Значимость непрерывного улучшения способов управления процессами со стороны руководителей устанавливают именно пути распределения. Руководству организаций необходима способность оперативно реагировать на изменения рыночной ситуации, осуществлять отбор и принятие оптимальных управленческих решений, в частности и в области управления прибылью на действующей стадии развития экономики

Таким образом, важнейшей задачей каждой хозяйственной деятельности является поиск резервов увеличения прибыли с помощью её перераспределения, согласно важности эффективности применения всех видов существующих ресурсов. Только на основе тщательного финансового экономического анализа можно выявлять и применять данные резервы.

Объектом исследования данной работы является ООО «Елецкий мясокомбинат».

Предметом выступает анализ формирования и использования прибыли предприятия.

Целью работы является проведение анализа формирования и использования прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат», а также разработка предложений по её формированию и использованию.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические основы анализа прибыли;
- провести анализ формирования и использования прибыли в ООО «Елецкий мясокомбинат»;
- разработать методы по формированию и использованию прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат».

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложений. Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования, раскрываются цель и задачи, определяется объект и предмет исследования. В первой главе рассматриваются теоретические основы анализа прибыли, динамика и структура деятельности предприятия, а также методы анализа прибыли и формирование прибыли на предприятиях пищевой промышленности. Во второй главе представлена организационно-экономическая характеристика анализируемого предприятия, проведен анализ формирования и использования прибыли в ООО «Елецкий мясокомбинат», также рассмотрены пути направления прибыли предприятия. В третьей главе сформированы рекомендации по формированию и использованию прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат» и представлены расчёты экономической эффективности от реализации предложенных рекомендаций. Далее представлен список литературы и приложения. В заключении помещены выводы и предложения по работе.

Практическая значимость работы. Приведенные результаты исследования могут быть применены для эффективного использования и распределения прибыли, кроме того, для возможности её наращивания.

Теоретической и методической основой исследования послужили труды таких авторов как Алексеев, Бабак, Бережная, Горский, Единак, Иванов, Клявлина, Минько, Резник, Соколова и др.

Информационной базой для исследования послужили нормативно-правовая база Российской Федерации, учебники, учебные пособия, справочники, а также статьи, публикуемые в журналах, годовой бухгалтерский баланс ООО «Елецкий мясокомбинат» за 3 года (Приложение А), отчет о финансовых результатах (Приложение Б).

Общий объем работы составляет 87 страниц, включая введение, заключение и список использованной литературы. Работа содержит 12 рисунков, 15 таблиц, 4 приложения.

## **1 Теоретические основы анализа прибыли**

### **1.1 Анализ уровня, динамики и структуры результатов деятельности предприятия**

При поэтапной оценке финансовых показателей компании необходимо учитывать два важных фактора: полученную прибыль и рентабельность предприятия.

Прибыль – под этим термином понимается разница, которую исчисляют, отнимая от общего дохода расходы, понесенные с целью приобретения, хранения, транспортировки и сбыта продукции предприятия.

В данном случае доход, представленный в виде прибыли, мы можем рассчитать только после реализации продукции. На самом деле это разница между чистой прибылью и общими затратами на продажу.

Из этого следует, что чем более рентабельную продукцию реализует организация, тем большую прибыль она получает, тем стабильнее ее положение в выбранной сфере деятельности и надежнее финансовое состояние [16].

Источником следующих задач может послужить проведение детального анализа финансовых результатов деятельности:

- осуществление систематического контроля за выполнением планов реализации продукции или услуг и получением прибыли;
- определение факторов, влияющих на финансовые результаты и обращение самых негативных из них на пользу организации;
- выявление резервов увеличения прибыли и рентабельности;
- оценка допустимых возможностей организации в области увеличения прибыли и рентабельности, составление план их использования для развития и процветания организации;
- разработка процедуры использования выявленных резервов [17].

Из-за упущенных возможностей и нежелания руководства регулировать выявленные проблемы, организация может понести убытки, поэтому так принципиально важно своевременно решать перечисленные выше задачи.

Далее рассмотрим виды ключевых источников получения информации с целью для того, чтобы изучить и проанализировать результаты хозяйственной деятельности организации. Первоначальным, а также одним из более значимых считается бухгалтерский баланс.

Бухгалтерский баланс представляет собой сводку финансовых балансов физического лица или организации, будь то индивидуальный предприниматель, деловое партнерство, корпорация, частная компания с ограниченной ответственностью или другая организация, такая как правительство или некоммерческая организация. Активы, обязательства и собственный капитал перечислены на определенную дату, например на конец финансового года.

Для проведения анализа используют следующие показатели прибыли: маржинальная прибыль – это разница между доходами от реализации продукции или услуг организации и переменными затратами. В этом случае под доходами можно понимать ту выручку, которая была получена организацией в результате продаж без учёта налога на добавленную стоимость. К затратам организации можно отнести расходы на закупку материалов, сырья, покупку оборудования, заработную плату сотрудников организации, электроэнергию и т.д.

В процессе анализа используются следующие показатели прибыли:

- прибыль от реализации продукции, работ и услуг (по сути, это разница между суммой маржинальной прибыли и постоянными расходами за предоставляемый в бухгалтерском балансе отчётный период);

- балансовая (валовая) прибыль. Данный вид прибыли включает в себя финансовые результаты от реализации продукции или услуг, доходы и расходы от финансовой и инвестиционной деятельности, внереализационные доходы и расходы;

- налогооблагаемая прибыль – разница между балансовой прибылью и облагаемой налогом на доход суммой прибыли (по ценным бумагам, от долево-

го участия в совместных предприятиях), а также суммы налоговых льгот по налогу на прибыль (в соответствии с налоговым законодательством);

– чистая (нераспределенная) прибыль. Под этим термином понимается та прибыль, которая остаётся в распоряжении организации после выплаты всех налогов и обязательных отчислений (в том числе заработная плата сотрудников, расходы на закупку или создание новой продукции, ремонт старого и закупку нового оборудования);

– капитализированная (реинвестированная) прибыль – это нераспределённая прибыль, направленная на финансирование прироста активов. Зачастую этот вид прибыли распределяют на выплату дивидендов, заработную плату и премии, или на социальные программы [11, с. 388].

Для того чтобы провести подробный анализ финансовых результатов определенной компании, необходимо не только изучить структуру прибыли баланса, но и тщательно отследить ее динамику и выполнение установленного плана на отчетный период.

Для анализа финансового предприятия существует несколько обязательных элементов:

– горизонтальный анализ – позволяет сравнить каждый показатель с предыдущим периодом;

– вертикальный анализ результатов показывает под воздействием каких факторов произошли изменения платежеспособности анализируемой организации [1, с. 433].

Анализ прибыли включает в себя следующие допущения:

– неизменная цена продажи;

– неизменные переменные затраты на единицу продукции;

– неизменные общие постоянные затраты;

– неизменный состав продаж;

– единицы проданных товаров равны единицам произведенных.

В более продвинутых методах учета затраты и доходы нелинейны, что делает анализ более сложным [9, с. 51].



Различные данные бухгалтерского учета анализируемой организации часто используются для анализа и оценки уровня и динамики показателей прибыли, который зачастую составляется в виде таблицы. Проанализировать совокупность всех финансовых результатов данной организации поможет предоставленная информация [12, с. 85].

Ниже приведена формула 1.1 расчета рентабельности (окупаемости затрат  $R_3$ ) деятельности организации.

$$R_3 = \frac{\text{ЧП}}{3}, \quad (1.1.1)$$

где ЧП – чистая прибыль;

3 – сумма затрат по реализованной или только что произведённой продукции.

С помощью формулы можно точно рассчитать прибыль, которую организация получает на каждый затраченный рубль производства и продажу продукции. Такая прибыль может быть рассчитана как на компанию, так и на ее филиалы, отделы и виды продукции. Он также позволяет рассчитать примерную доходность нового продукта от конкретной организации и выяснить, стоит ли выводить его на рынок, или нужно найти вариант, который обязательно принесет прибыль компании.

При расчете прибыли целесообразно учитывать не только все точки реализации, но и рассчитывать внереализационные доходы и расходы от деятельности компании.

Формула рентабельности продаж (оборота)  $R_{об}$  также является важным фактором при изучении эффективности деятельности компании.

Она позволяет оценить, сколько прибыли организация получает от каждой единицы продаж.

Рентабельность продаж [14], формула которой представлена ниже, поможет понять, сколько предприятие может сохранить после финансирования стоимости готовой продукции, уплаты налогов и процентов по кредитным обя-

зательствам. Такой подход показывает рентабельность выпуска, позволяет взвешивать его долю в продажах.

$$R_{об} = \frac{ЧП}{В}, \quad (1.1.2)$$

где ЧП – чистая прибыль;

В – выручка.

Рентабельность капитала – это показатель финансовых результатов, рассчитываемый путем деления чистой прибыли на собственный капитал акционеров. Поскольку собственный капитал равен активам компании за вычетом ее долга, коэффициент считается доходностью чистых активов и рассматривается как показатель прибыльности организации по отношению к собственному капиталу акционеров.

$$R_{KL} = \frac{ЧП}{KL}, \quad (1.1.3)$$

где ЧП – чистая прибыль;

KL – среднегодовая стоимость всего инвестированного капитала.

При составлении анализа часто проводится динамика всех вышеперечисленных показателей рентабельности, план выполняется в соответствии с их уровнем, а также проводятся сравнения сельскохозяйственных предприятий с конкурентоспособными предприятиями [7, с. 79]. Поэтому анализ показателей рентабельности так важен, он способствует текущему уровню экономической активности, резервам для поиска эффективности для повышения и их использования в стратегическом плане. Все это позволяет сделать нам вывод о том, что прибыльность – это финансовое состояние компании, сравнительный анализ и оценка связующего элемента [15].

Анализ прибыли позволяет уточнить ожидаемую сумму прибыли, проанализировать достигнутые результаты и сравнить их с указанными в бизнес-плане [38]. Анализ прибыли позволяет рассчитать влияние внешних факторов на изменение ожидаемого объема, указать явные и скрытые резервы с неправильной динамикой и найти краткосрочные и долгосрочные способы их эффективного использования. Это дает вам возможность обсудить следующее поко-

ление прибыли и сделать потенциальным покупателям предложения, которые помогут повысить прибыльность организации.

Наиболее важно, с целью рассмотрения воздействия отдельных элементов на изменение выручки от реализации продукции или услуг изучить методы анализа прибыли, которые будут рассмотрены в следующем параграфе работы.

## **1.2 Методы анализа прибыли предприятия**

На уровень и размер прибыли влияют многие факторы, которые влияют на нее как отрицательно, так и положительно. Факторы, влияющие на прибыль, многочисленны и разнообразны. Ограничить их довольно сложно. Все факторы, влияющие на прибыль предприятия, делятся на основные факторы, оказывающие определяющее влияние на уровень и размер прибыли, и второстепенные - в большинстве случаев их влиянием пренебрегают. Кроме того, вся совокупность факторов делится на внешние и внутренние. К внутренним факторам, влияющим на прибыль, а также на рентабельность, относятся факторы, обусловленные ростом розничного товарооборота, и ресурсные факторы (состояние и условия эксплуатации ресурсов, их состав и величина).

Внутренние факторы определяются следующими параметрами:

Объемы розничной торговли. В том случае, если доля прибыли в ценах товаров остается неизменной, маржа прибыли растет за счет увеличения объема их реализации.

Структура товаров розничной торговли. Оборот растет за счет расширения ассортимента. Поднимая в обороте сегмент престижных, качественных товаров, можно добиться роста доли прибыли в ценах, так как покупатель чаще приобретает товары этой группы из-за их престижности, а также в расчете на возросшее удобство их эксплуатации.

Организация движения товаров. Следствием ускоренного продвижения товаров в торговые точки является сокращение текущих расходов и увеличение товарооборота. В результате происходит увеличение уровня и массы прибыли.

Организация торгово-технологических процессов реализации товаров. Стремясь увеличить прибыль, прибегают к внедрению прогрессивных методов торговли: продажа товаров по каталогам и образцам, самообслуживание. Такие методы снижают затраты и увеличивают объемы оборота.

Состав и численность работников. При достаточном уровне технического обеспечения труда требуемое количество работников обеспечивает предприятию полную реализацию программы получения планируемой прибыли. Существенным является фактор квалификации работника, его способности четко и быстро обслужить покупателя, произвести правильную покупку товара и т. д.

Системы и формы экономического стимулирования труда наемных работников. Эти факторы, влияющие на величину прибыли, проявляются через показатели себестоимости заработной платы и рентабельности таких затрат. Сегодня растет моральный стимул для сотрудников, когда они довольны своей работой.

Производительность труда сотрудников компании. При наличии других равных условий результатом повышения производительности труда является повышение рентабельности хозяйственной структуры и увеличение объема прибыли.

Техническое вооружение и трудовое соотношение труда рабочих. Производительность труда прямо зависит от оснащения рабочих мест образцами современного торгового оборудования.

Материально-техническая база коммерческого предприятия. Структура, имеющая более развитую и современную материально-техническую базу, может рассчитывать на постоянный рост розничного товарооборота с долгосрочной перспективой. После этого повышается рентабельность и увеличивается прибыль.

Территориальное расположение, состояние и развитие торговой сети. Расположение торговых сетей напрямую влияет на рентабельность и прибыль. Наряду с магазином фиксированной сети значительное влияние на показатель

прибыли оказывает развитие мобильной, посылочной и небольшой розничной сети.

Уровень физического и морального износа основных фондов. Этот фактор очень важен с точки зрения повышения рентабельности предприятия. Опора на изношенное, устаревшее оборудование и основные средства лишает надежды на будущий рост прибыли.

Производительность капитала. Прямым результатом его увеличения является рост розничного оборота на 1 рубль вложенных в основной капитал средств.

Оборотный капитал. Именно эти факторы напрямую влияют на изменение прибыли. Поскольку масса прибыли, полученной от одного оборота, напрямую зависит от величины оборотных средств.

Порядок ценообразования. Сумма прибыли зависит от суммы прибыли, включенной в цену товара. Непрерывное увеличение доли прибыли в цене способно дать противоположный желаемому результат.

Работа по взысканию дебиторской задолженности. Отсутствие задержек при взыскании дебиторской задолженности ускоряет оборачиваемость оборотных средств.

Работа преступления. Этот фактор оказывает непосредственное влияние на рентабельность внереализационных операций.

Режим экономии. Происходит относительное снижение текущих затрат коммерческого предприятия и увеличение суммы ожидаемой прибыли.

Деловая репутация фирмы. Речь идет о представлении потребителя и о потенциале коммерческой структуры [42]. Обладание высокой деловой репутацией позволяет повысить рентабельность предприятия и рассчитывать на дополнительную прибыль. Коммерческое предприятие не может работать изолированно. Оно непрерывно взаимодействует с внешней средой: продавцами и производителями товаров, покупателями (в основном это население), государственными учреждениями и общественными организациями. Совокупность таких факторов оказывает непосредственное влияние на эффективность коммер-

ческого предприятия, рентабельность его деятельности и величину прибыли [10, с. 182].

Факторы, влияющие на размер прибыли условно подразделяются на три группы:

- производственные;
- коммерческие;
- финансовые.

Коммерческие факторы – к ним относятся заключение торговых договоров, основанных на тщательном изучении рыночных отношений, регулировании отпускных цен и их направленности, а также организационной и финансовой поддержке.

Из этого необходимо учитывать и страховать риски. Кроме того, необходимо привлекать платежеспособных клиентов, которые принесут компании высокую прибыль. Но для того, чтобы привлечь клиентов, есть сложные моменты: нам приходится тратить деньги на рекламу своей организации и продуктов, что требует больших вложений. Однако, по данным маркетинговых исследований, прибыль от таких инвестиций очень значительна, и хорошо спланированная рекламная кампания может привлечь от 10 до 25% новых покупателей товаров или услуг организации [5, с. 14].

Финансовые факторы охватывают такие показатели, как выручка от реализации продукции и услуг, предпринимательский доход от всех видов деятельности организации. К данному виду факторов относятся:

- формы расчётов по контракту;
- ценовое регулирование (уценка, снижение цен, акции);
- кредиты для развития бизнеса;
- применение штрафных санкций (к сотрудникам и неплательщикам);
- изучение и взыскание дебиторской задолженности;
- доходы от акций и ценных бумаг, от вкладов и финансовых вложений;
- привлечение денежных (финансовых) ресурсов;
- обеспечение ликвидности прочих активов.

Важную роль играет принцип «временных денег»: эффективность предприятия зависит от скорости и полноты вливаемого дохода. В связи с этим, если товары не продаются или продаются хуже, чем планировалось, стоит прибегнуть к хитростям, например: уценкам, скидкам, акциям и дополнительным подаркам. Организация может высвободить средства, ускорив свой оборот, даже сделав единовременную или сезонную акцию, т.к. данное мероприятие поможет увеличить продажи товаров, еще поэтому стоит делать акцент только на проверенных временем оптовых покупателей, которые способны своевременно оплатить товар, ведь это определяет возможность получить быструю прибыль организации [8, с. 52].

Кроме уже названных, существуют и внешние факторы. Особенность многочисленных внешних факторов, способных повлиять на рентабельность предприятия, заключается в том, что они не зависят от руководителей и персонала. Среди них следует выделить:

- демографическая ситуация в государстве;
- наличие и темпы инфляции;
- конъюнктура рынка;
- политическая стабильность;
- экономическая ситуация;
- процентные ставки по кредиту;
- динамика потребительского спроса;
- цена импортных комплектующих (деталей, материалов);
- особенности налоговой и кредитной политики в государстве.

Все факторы неизбежно влияют на себестоимость продукции, объем ее производства или количество реализованной продукции.

Рассмотрим подробнее факторный анализ прибыли.

В зависимости от количества факторов бывает двухфакторная, трехфакторная, четырехфакторная модели анализа прибыли. Основой для анализа служат сведения из бухгалтерской отчетности.

Факторный анализ прибыли в некоторой степени субъективен, так как трудно рассчитать определенные показатели, влияющие на продажи в цифрах. Например, если мы оцениваем уровень обслуживания. Также трудно отличить один фактор от другого для оценки, поскольку они влияют друг на друга. Но, несмотря на эти особенности, факторный анализ является эффективным инструментом повышения уровня продаж, который не следует игнорировать. Факторный анализ могут проводить не только сотрудники организации, но и специалисты по аутсорсингу. Аутсорсинг – это удобный и экономически эффективный инструмент ведения бизнеса, он помогает решать насущные проблемы, не раздувая штат компании. В первую очередь анализируются объем продаж, себестоимость, цены и ассортимент. Кроме того, на прибыль влияют: обменный курс, маржа и расходы, налоги, проценты по кредиту. Также анализируется среднее количество на объект и общее количество объектов. Проведя факторный анализ выручки от продаж, мы можем установить цену и объем продаж, что поможет увеличить прибыль. Мы можем повлиять на себестоимость. Факторный анализ ассортимента поможет нам определить, какой товар пользуется спросом, и подтянуть необходимые позиции.

Самая общая формула расчета прибыли проста и учитывает основные показатели:

$$ПР = V_{\text{прод}} \times (Ц - С_{\text{ед}}) \text{ или } ПР = V_{\text{прод}} \times \text{Нац}, \quad (1.2.1)$$

где ПР – прибыль;

$V_{\text{прод}}$  – объем продаж;

Ц – цена единицы товара;

$S_{\text{ед}}$  – себестоимость единицы товара;

Нац – наценка.

Чтобы считать отдельные показатели, нужны дополнительные формулы.

$$V_{\text{прод}} = \text{Кол. ср} \times \text{Ном} \quad (1.2.2)$$

$$\text{Затр} = V_{\text{прод}} \times \text{Себ}, \quad (1.2.3)$$

где Кол.ср – среднее количество на единицу номенклатуры;



Ном – количество номенклатурных позиций;

Vпрод – объем продаж;

Себ – себестоимость одной единицы продаж;

Затр – затраты.

Обычно для факторного анализа сравнивают прибыль текущего и прошлых периодов или сравнивают цифры с планом. То же самое делается для каждого фактора. Чаще всего используется метод цепных подстановок – это когда последовательно анализируется влияние сначала одного фактора (а остальные остаются неизменными), затем второго, третьего и так далее.

Также объем реализации продукции зависит от производства сырья и остатков готовой продукции. Поставленные товары могут быть размещены в качестве резерва для увеличения прибыли за счет объема проданной продукции только в том случае, если эти остатки проданы проверенным клиентам [3, с. 318].

Чем выше прибыль организации, полученная в результате производственной деятельности, тем больше вероятность того, что она заработает дополнительные средства для собственных инвестиций и, соответственно, развития.

Прибыль от реализации продукции (работ, услуг)  $P_{рп}$  рассчитывается по следующей формуле:

$$P_{рп} = B - C_{рп}, \quad (1.2.4)$$

где  $B$  – выручка;

$C_{рп}$  – себестоимость реализованной продукции.

Существуют факторы, зависящие от объема и себестоимости проданной продукции, влияющие на изменение прибыли от реализации продукции:

К факторам первой группы относятся:

- изменение объема реализации продукции;
- изменение объема продукции (в оценке по плановой себестоимости);
- изменение объема продукции, обусловленной изменениями в структуре продукции.

Прибыль от реализации продукции в целом по предприятию зависит от четырёх факторов первого уровня соподчинённости: объёма и структуры проданной продукции, себестоимости и уровня среднереализационных цен:

$$\Pi = \sum [VPP_{\text{общ}} \times Уд_i \times (Ц_i - С_i)], \quad (1.2.5)$$

где  $VPP$  – объём реализации продукции;

$Уд_i$  – структура реализации продукции;

$С_i$  – себестоимость продукции;

$Ц_i$  – уровень среднереализационных цен.

Объём реализованной продукции может оказывать абсолютно разное влияние: как положительное, так и отрицательное, на сумму прибыли.

Руководителю организации немаловажно понимать, что себестоимость продукции и прибыль обратно пропорциональны: снижение себестоимости продукции приводит к соответствующему увеличению суммы прибыли, а следовательно, и к обратному тому, что было сказано. [9, с. 120].

Изменение уровня среднереализационных цен и величина прибыли находятся в прямой пропорциональной зависимости: если увеличивается уровень цен, то и сумма прибыли возрастает, и наоборот [11, с. 393].

Факторы второй группы включают в себя:

- экономию от снижения себестоимости продукции;
- экономию от снижения себестоимости за счёт структурных сдвигов;
- изменение издержек из-за динамики цен на материалы и тарифов на услуги;
- изменение цен на один рубль продукции [15, с. 160].

Снижение или увеличение объёма производства и реализации продукции определяется проверкой влияния этих воздействий на распределение и реализацию прибыли организации.

Исходя из того, что производство и продажи продукции могут быть рассчитаны как физически, так и финансово. Если мы сравним величину прибыли ( $\Pi_{\text{план}}$ ) и условную, рассчитаем фактический объём и ассортимент продукции, но с плановыми ценами и в то же время себестоимостью производства ( $\Pi_{\text{условн}}$ ),

то выясним, насколько она изменилась из-за объема и структуры реализованной продукции:

$$\Delta П_{\text{ВРП.Уд}} = П_{\text{условн}} - П_{\text{план}} \quad (1.2.6)$$

Чтобы определить эффект от самого объема продаж, необходимо умножить запланированную прибыль на процент перевыполнения или невыполнения плана продаж и оценить запланированную себестоимость в натурально-условном исчислении:

$$\text{План}_{\text{вып}} = \left( \frac{\text{ВРП}_{\text{факт}}}{\text{ВРП}_{\text{план}}} \times 100 - 100 \right) \div 100 \quad (1.2.7)$$

$$\Delta П_{\text{ВРП}} = \frac{\text{П}_{\text{план}} - \text{План}_{\text{вып}}}{100} \quad (1.2.8)$$

Далее следует определить влияние структурного фактора (из первого результата нужно вычесть второй):

$$\Delta П_{\text{уд}} = \Delta П_{(\text{ВРП.Уд})} - \Delta П_{\text{ВРП}} \quad (1.2.9)$$

Сила изменения полной себестоимости на сумму прибыли измеряется сравнением фактической суммы затрат с плановой, пересчитанной на фактический объем продаж:

$$\Delta П_{\text{с}} = \text{С}_{\text{условн}} - \text{С}_{\text{факт}} \quad (1.2.10)$$

Изменение суммы прибыли за счёт отпускных цен на продукцию определяется сопоставлением фактической выручки с условной, которую бы предприятие получило за фактический объем реализации продукции при плановых ценах [11, с.395]:

$$\Delta П_{\text{ц}} = \text{Ц}_{\text{факт}} - \text{Ц}_{\text{условн}} \quad (1.2.11)$$

По результатам этого анализа можно судить о качестве и уровне прибыли. Если же увеличение прибыли связано с увеличением продаж и снижением затрат на производство – прибыль высокого качества. Если цены на продукцию выросли, но нет роста продаж и снижения затрат – прибыль низкого качества. Каждый менеджер должен стремиться к качественной прибыли.

Часто качество продукта определяет его цену. Логично, что чем выше качество, тем выше цена. Такие вещи стоят дороже, но с меньшей вероятностью сломаются и занимают гораздо больше времени, чем те же вещи, произведен-

ные на более дешевом оборудовании, из материалов второго класса, проданных в три раза дешевле.

На следующем этапе работы будут рассмотрены особенности формирования прибыли в пищевой промышленности.

### **1.3 Формирование прибыли на предприятиях пищевой промышленности**

Пищевая промышленность – отрасль легкой промышленности, представляющая собой совокупность производства продуктов питания в готовом виде или полуфабрикатов. В сложной системе пищевая промышленность тесно связана с сельским хозяйством как поставщиком сырья и торговли. Некоторые отрасли пищевой промышленности, как правило, ориентированы на сырьевые товары, в то время как другие ориентированы на потребителей.

Производство и переработка продуктов питания-ключевая составляющая российской экономики. По состоянию на 2019 год в России действовало более 22 000 предприятий пищевой промышленности, в которых работало около 2 миллионов человек. За последние три года пищевая промышленность России выросла в среднем на 5% в год. В мировом масштабе Россия занимает восьмое место по объему рынка упакованных пищевых продуктов. В 2019 году доходы российского сектора пищевой промышленности и производства напитков достигли 102,4 миллиарда долларов. Оборот производства продуктов питания увеличился на 6,5 процента по сравнению с 2018 годом, а сектор напитков – на 11,9%.

Рост России стимулирует инвестиции и инновации не только в оборудование, но и в разработку новых продуктов. Сегмент быстрорастущих потребительских товаров остался наиболее стабильным с 80%-ной долей продовольственных товаров. Кроме того, ожидается, что спрос на упакованную продукцию увеличится и достигнет 29 миллионов тонн к 2023 году.

За последние 10 лет импорт пищевого перерабатывающего и упаковочного оборудования в России удвоился и составляет 87% рынка. Объем импортируемого в Россию пищевого перерабатывающего и упаковочного оборудования в 2019 году составил около \$557 млн, в том числе из США - \$16 млн.

Государственная политика в продовольственном и сельскохозяйственном секторах открывает поставщикам пищевых продуктов и упаковочных технологий новые коммерческие возможности. Отечественная индустрия потребительских товаров и упаковки находится под давлением, чтобы улучшить свои конкурентные преимущества и компенсировать снижение импорта.

Государственное регулирование качества пищевых продуктов осуществляется путем стандартизации и сертификации. В январе 2000 года был принят закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» [5], который регулирует многие важные аспекты производства пищевых продуктов.

В зависимости от особенностей специфики организации производства различают сезонные и несезонные отрасли. Как правило, сезонные отрасли составляют наибольшую часть перерабатывающей промышленности, то есть существуют отрасли, специализирующиеся на первичной переработке сезонного сельскохозяйственного сырья и частично на рыболовстве [12, с.97].

По способу переработки сырья и полуфабрикатов пищевая промышленность подразделяется на отрасли с доминирующей биохимической, микробиологической и химической основой и отрасли с доминирующей механической основой для обработки заготовок.

В настоящее время проблема устойчивого развития предприятий по производству и переработке продовольствия, наряду с производителями зерна и животноводством, связана с экономикой и жизнью всего населения мира: обострением дефицита материалов и сырья, глобальным потеплением, деградацией окружающей среды, экспансией масштабов бедности, продовольственным кризисом; распространением голода, а также с недавних времён появлением пандемии.

Исходя из задачи решения проблемы устойчивости предприятий по переработке сырья, важно, чтобы система управления сельским хозяйством помогала нейтрализовать эффекты, возникающие в естественных условиях сельскохозяйственного производства. С другой стороны, пищевая и перерабатывающая промышленность должна учитывать сезонные колебания в сельскохозяйственном производстве.

Также стоит учесть влияние конкуренции. Факторы, которые являются важными детерминантами для приобретения, поддержания и повышения конкурентоспособности, являются динамичными, изменчивыми и имеют различное значение и влияние на функциональный, территориальный и временной контекст [25].

Далее мы более подробно обсудим основные внутренние факторы, влияющие на уровень прибыли как абсолютный показатель эффективности управления торговлей продуктами питания.

Заинтересованность продовольственных компаний в производстве и реализации высококачественной продукции, востребованной на рынке, отражается в размере прибыли, которая, если другие факторы остаются неизменными, напрямую зависит от объема и оборота этой продукции.

Затраты на производство и реализацию, определяющие себестоимость продукции, состоят из стоимости природных ресурсов, используемых при производстве продукции, сырья, материалов и добавок, топлива, энергии, основных средств, трудовых и других производственных затрат, а также непроизводственных затрат.

Состав и структура затрат зависит от вида и условий производства данной формы собственности, соотношения материальных и трудовых затрат и других факторов.

Величина прибыли как конечного экономического результата производства продуктов питания зависит от не менее важной величины общего потребления пищи. Общий валовой оборот предприятия, а следовательно, и прибыль, зависит от количества и качества произведенной и реализованной продукции

(выполненных работ, оказанных услуг), а также от уровня цен. Используемые типы и уровни цен в конечном итоге определяют валовой доход предприятия и, следовательно, прибыль.

Амортизация основных средств и нематериальных активов также влияет на сумму прибыли. На балансе компания использует денежные средства для оплаты актива, что первоначально приводит к передаче актива. Поскольку основное средство не удерживает свою стоимость во времени (как это делают денежные средства), оно нуждается в постепенном снижении балансовой стоимости. Амортизационные расходы постепенно записывают стоимость основного средства, чтобы стоимость активов была представлена в балансе соответствующим образом.

В отчете о прибылях и убытках амортизация обычно отражается как косвенные операционные расходы. Это допустимый расход, который уменьшает валовую прибыль компании наряду с другими косвенными расходами, такими как административные и маркетинговые расходы [28].

Важной задачей в любой пищевой промышленности является достижение большей прибыли при минимальных затратах. Для того чтобы внутренние факторы влияли на величину прибыли, причиняя наименьший ущерб, не нужно нарушать условий труда, улучшать квалификацию работников, создавать для них благоприятные условия, контролировать цены в зависимости от качества продукции, ее конкурентоспособности [23], спроса и предложения аналогичной продукции других производителей, улучшать состояние объектов недвижимости.

Экономические показатели деятельности организации являются одним из важнейших показателей, анализирующих операционную эффективность системы. Поэтому проблемы правильного учета доходов, расходов и избыточного производства очень важны. Несмотря на правовую базу и многочисленные научные исследования, проведенные по этой теме, многие вопросы, связанные с ее практическим применением, еще недостаточно изучены.

Нормативными документами, регулирующими порядок учёта доходов и расходов в бухгалтерском учёте, служат Положения по бухгалтерскому учёту «Доходы организации» (ПБУ 9/99) [3] и «Расходы организации» (ПБУ 10/99) [4], а в налоговом учёте – глава 25 НК РФ «Налог на прибыль организаций» [1;2]. В них изложены общие требования к формированию прибыли для целей налогообложения и для целей составления бухгалтерской финансовой отчётности.

Доход или выручка определяется в соответствии с ПБУ 9/99 как увеличение финансовой выгоды общества в результате получения различных активов и погашения обязательств перед другими субъектами, увеличивающими капитал.

В соответствии с ПБУ 10/99 расходы признаются как уменьшение экономической выгоды в результате прироста капитала и увеличения обязательств компании перед другими рыночными субъектами, что приводит к уменьшению капитала (за исключением изъятия уставного капитала).

В пищевой промышленности затраты классифицируются следующим образом:

- материальные затраты;
- затраты на оплату труда;
- сокращение социальных потребностей;
- амортизация;
- прочие расходы.

Также организуется учет затрат по статьям. Перечень статей затрат устанавливается в соответствии с производственными характеристиками, связанными с рецептурой и выбором самостоятельно производимой продукции организации.

Основные элементы учета затрат в пищевой промышленности:

- многие различные продукты производятся в трехсменном режиме, что приводит к дополнительным затратам на оплату сменного персонала и замену ночных и вечерних часов;



– аналогичные проблемы связаны с эксплуатацией оборудования в трехсменном режиме, что также вызывает дополнительные затраты на техническое обслуживание, ремонт и, кроме того, трудности с амортизацией;

– необходимо соблюдение санитарных норм и правил, что влечет за собой дополнительные расходы, рабочую одежду, моющие средства, оборудование, обучение персонала, оплату услуг врача и т.д.;

– косвенные затраты делятся по видам продукции, что создает трудности при наличии большого их ассортимента.

Объекты группового калькулирования себестоимости используются в производственных расчетах (расчет себестоимости единицы продукции), что позволяет определить во сколько предприятию обходится единица каждой продукции предприятия, себестоимость отдельных видов работ и услуг.

В пищевой промышленности за калькуляционную единицу выбирается обычно 1 тонна или 1 центнер готовой продукции.

Поскольку чаще всего используется стандартизированный метод, учет затрат осуществляется в цехах по стандартным себестоимости. Кроме того, были установлены отклонения в пределах норм технических параметров и определены фактические отклонения в связи с нарушением нормативных положений. Это создает реальную себестоимость, которая учитывается при расчете финансового результата.

Необходимость применения нормативного метода в пищевой промышленности также связана с наличием большого ассортимента продукции и необходимостью ценообразования отдельно для каждой номенклатурной единицы.

Косвенные затраты пищевой промышленности часто делятся традиционным методом между отдельными видами продукции пропорционально заработной плате основных производственных работников.

Для учета затрат на производство важно выбрать номенклатуру синтетических и аналитических счетов производства и статей расчета. При разработке принципов составления необходимо декларировать как можно больше субсчетов счетов 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательное производство»,

которые полностью несут техническую цепочку каждой части себестоимости продукции, а также использовать счет 21 «Полуфабрикаты».

Рекомендуется вести учет готовой продукции с использованием счета 40 «Производство», что позволяет своевременно выявлять отклонения от норм, особенно скоропортящегося сырья, а также оперативно устранять негативные тенденции.

Важно разработать такие методы расчета себестоимости по цене, которые были бы максимально приближены к расчету единиц по всему ассортименту продукции, а также учитывали бы сменную работу, персонал и оборудование.

## 2 Анализ формирования и использования прибыли в ООО «Елецкий мясокомбинат»

### 2.1 Общая характеристика предприятия

Таблица 2.1.1 – Основные показатели из нормативно-правовых и учредительных документов организации

1. Полное наименование организации	Общество с ограниченной ответственностью «Елецкий мясокомбинат»
2. Сокращенное наименование организации	ООО «Елецкий мясокомбинат»
3. Основной вид деятельности	Переработка и консервирование мяса
4. Юридический и фактический адреса	399774, Липецкая область, г. Елец, ул. Промышленная, д. 90, оф. 202
5. Дата регистрации	06.03.2014 г.
6. Код ОГРН	1144828000460
7. Код ИНН	4821036565
8. Код КПП	482101001
9. Код ОКПО	29837227
10. Код ОКТМО	42715000
11. Код ОКВЭД	10.11

История Елецкого комбината зародилась в 1905 году, но тогда это была небольшая скотобойня, которая после войны стала основой современного мясоперерабатывающего предприятия. Так расширилась скотобойня, возникли склады, расширились мастерские, были возведены сооружения, благоустроена территория. В масштабах расширения мастерских появилась также возможность диверсифицировать продукцию.

Уже в 1960 году здесь была мастерская по изготовлению колбасных продуктов и цех по производству кормов для животных.

С 1985 года был открыт цех, специализирующийся на мясных обвалочных изделиях, но, кроме того, был усовершенствован цех по производству колбасных изделий, и если первый производил не более полутора тонн продукции в день, то сегодня он производит около 20 тонн и продукция насчитывает более ста наименований.

С 1989 года был введен пироговый цех, уже после чего возник пельменный, а с 1994 года компания открыла консервный цех, который был отремонтирован в 2006 году.

Материально-техническая база ООО «Елецкий мясокомбинат» представляет собой комплекс средств производственного бизнеса в виде реальных активов, обеспечивающих процессы производства, купли-продажи и движения сырья.

На территории ООО «Елецкий мясокомбинат» расположены цеха и участки:

- Цех первичной переработки скота
- Колбасно-кулинарный цех
- Холодильник
- Административно-бытовой корпус
- Производственно-торговый корпус.

Основные производственные цеха – ППС, холодильник, колбасно-кулинарный цех (ККЦ).

В состав цеха первичной обработки скота входят следующие участки:

1 – участок убоя скота – для забоя скота, который состоит из двух отделений: для забоя крупного рогатого скота; для забоя свиней и мелкого рогатого скота;

2 – участок обработки шкур и кишсырья;

3 – участок по выработке полуфабрикатов и выработке пищевого жира.

Колбасно-кулинарный цех состоит из следующих участков:

1 – сырьевой участок;

2 – дефростер-накопитель;

3 – участок посола и приготовления фарша;

4 – формовочно-термический участок;

5 – участок по упаковке и отгрузке готовой продукции;

6 – участок по выработке ливерных колбас;

7 – участок по выработке полуфабрикатов.

В цехе ППС происходит убой и первичная переработка скота, конечным продуктом является мясо, субпродукты, топленое масло, кожа, кишечные продукты, мясокостная мука. Некоторые продукты потребляются в ходе дальнейшего изготовления, а некоторые продаются. Мясо полностью идет в переработку.

ККЦ получает мясо из холодильника цеха ППС или поступившее извне, имея следующие этапы обработки: обвалка, жиловку, приготовление и наполнение, формование (шприцевание), термическая обработка (обжарка, варка, копчение, охлаждение или сушка), заключительный этап – реализация.

Административно - бытовой комплекс включает в себя административные помещения, лабораторию, медпункт, раздевалки ККЦ и столовую.

Кроме главного, имеются дополнительные цеха и участки: заводы по обработке блоков, механический цех, отдел капитального строительства, компрессорный цех, теплоканал, гараж и т.д.

В настоящее время ООО «Елецкий мясокомбинат» считается основным производителем охлажденных полуфабрикатов Липецкой области. Доля компании на Липецком рынке замороженных полуфабрикатов достаточно стабильна и составляет около 10%.

Основные целями коммерческой деятельности ООО «Елецкий мясокомбинат» на ближайшее время являются:

- Обеспечить конкурентное качество продукции на рынке Липецка и области;
- Выполнить реконструкцию узлов коммерческого учета электрической энергии;
- Выполнить ремонт теплоизоляции главного паропровода;
- Выполнить напольный и декоративный ремонт сырьевого отдела колбасного цеха;
- Приобрести и ввести в эксплуатацию микроволновый дефростер;

Так, ООО «Елецкий мясокомбинат» рассчитывает выделить 9,3 млн. рублей на программу инвестиционного развития к 2024 году.

Основными факторами конкурентоспособности ООО «Елецкий мясокомбинат» на сегодняшний день являются:

- Качество;
- Узнаваемость бренда;
- Сбалансированное соотношение цены и качества;
- Высокая динамичность реагирования на изменения потребительских предпочтений на рынке.

География потребителей ООО «Елецкий мясокомбинат» постепенно расширяется.

Основными клиентами мясокомбината являются:

- оптовые фирмы (до 75 % общего объема продаж),
- частные предприниматели (до 20 % общего объема продаж),
- прочие потребители (до 5 % общего объема продаж).



Рисунок 2.1.1 – Основные клиенты мясокомбината

Все перечисленные выше категории клиентов характеризуются тем, что они сотрудничают с ООО «Елецкий мясокомбинат» на базе долгосрочного контракта, а также закупают крупные партии продукции. Контракты с этими потребителями заключаются на один год. Кроме того, в течение года существуют краткосрочные отношения с различными потребителями с контрактами на поставку, заключенными на краткосрочную или единовременную поставку произведенной продукции.

Логистика как процесс работы склада ООО «Елецкий мясокомбинат» весьма трудна, поскольку требует абсолютной координации функций складской доставки, обработки и распределения заказа. Складской логистический процесс ООО «Елецкий мясокомбинат» включает в себя [31;45]:

- поиск источников сырья;
- разгрузка и прием грузов;
- транспортировка и перевалка товаров на внутреннем складе;
- складирование и хранение сырья и продукции;
- полные заказы клиентов и доставка;
- сбор и доставка пустых конвейеров;
- техническое обслуживание на складе.

Все помещения складского хозяйства ООО «Елецкий мясокомбинат» соответствуют основным требованиям по хранению товаров и подразделяются на склады для сырья и склады готовой продукции. Расположение складских помещений показано на рисунке 2.1.2.

Оборудование складских помещений представлено стеллажами, поддонами и вешалами.

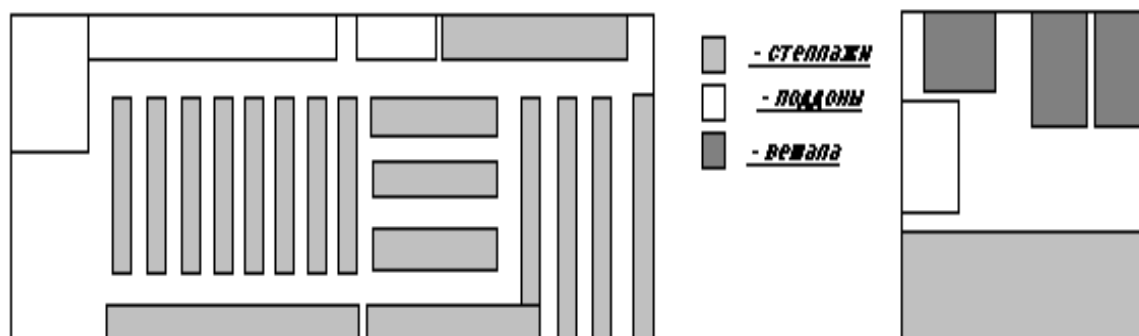


Рисунок 2.1.2 – План складского помещения

Для разгрузки транспортных средств на складах оборудовано специальное место. Зоны для приемки товаров по количеству и качеству примыкает к месту разгрузки. На складах имеется специальная зона для товаров, прибывающих в нерабочее время. Зона приема товара относится к помещениям для хранения сырья и подготовки готовой продукции к доставке. Склады оснащены надлежащим техническим оборудованием.

Эффективность технологического процесса склада ООО «Елецкий мясокомбинат» обеспечивается его рациональной структурой, которая заключается в четком и последовательном выполнении складских функций. Также построение технологического процесса оказывается под влиянием:

- транспортные условия (магистраль);
- величина ежедневного оборота;
- механизация погрузочно-разгрузочных работ;
- структура и планировка склада;
- условия хранения товаров.

Правила складирования сырья и готовой продукции, условия хранения и соблюдения температурного режима представлены в таблице 2.1.2.

Таблица 2.1.2 – Правила складирования сырья

Название камеры	Температура хранения	Влажность	Название продукта	Срок хранения
Мясная камера	2С	85%	Субпродукты Мясо	1 день 5 дней
Гастрономическая камера	4С	85%	Колбаса п/к, с/к Колбаса вареная, сосиски	10 суток 12-72 часа

На основе рациональной организации технологического процесса склад ООО «Елецкий мясокомбинат» строится на следующих ключевых принципах:

- планомерность, последовательность и ритмичность;
- эффективное использование средств механизации;
- рациональная организация передвижения товаров в зоне хранения;
- обеспечение сохранности товаров.

Направление развития компании определяет конкуренция на рынке мясопродуктов Липецкой области. Высокое и стабильное качество производимой продукции зависит от оборудования, используемого в производственном процессе. Поэтому компания придает большое значение производству технического оборудования. В связи с этим решение руководства ООО «Елецкий мясокомбинат» инвестировать средства в модернизацию оборудования в настоящее время является особенно важным.



Прибыль компании традиционно инвестируется в техническое оснащение компании.

В последнее время проблема замены морально и физически устаревшего оборудования с целью получения конкурентного преимущества в виде более качественной и реальной качественной продукции, тем самым увеличивая количество производимой и реализуемой продукции, стала особенно актуальной для ООО «Елецкий мясокомбинат».

В этом контексте ООО «Елецкий мясокомбинат» подготовило бизнес-план инвестиционного проекта по совершенствованию оборудования. Основной целью проекта является обновление оборудования для производства колбасных изделий с целью повышения качества продукции и снижения производственных затрат за счет увеличения «выхода» продукта, экономии энергии, ресурсов, а также затрат на техническое обслуживание и ремонт.

ООО «Елецкий мясокомбинат» создало небольшую компьютерную сеть, с помощью которой можно и нужно автоматизировать управление всем документооборотом, бухгалтерией и отчетностью предприятия [13], в которой используется программный пакет Microsoft Office и система «1С: Предприятие».

«1С: Предприятие» относится к классу систем, конфигурация которых позволяет создавать любые приложения, от автоматизации до отдельных записей в финансовой отчетности до учета, контроля и управления бизнес-объектом.

В состав системы входят три основных компоненты: «Бухгалтерский «Оперативный учет» и «Расчет»:

- Компонента «Бухгалтерский учет» ориентирована на отражение хозяйственных операций на счетах бухгалтерского учета.

- Компонента «Оперативный учет» предназначена для оперативного учета наличия и движения имущества и обязательств организации.

- Компонента «Расчет» предназначена для автоматизации сложных периодических расчетов, например заработной платы.

Предприятие «Елецкий мясокомбинат» использует автоматизированную информационную систему «Альт-Финанс», она позволяет рассчитать фактические показатели, создать расширенный финансовый план компании и рассчитать прогнозные значения финансовых показателей.

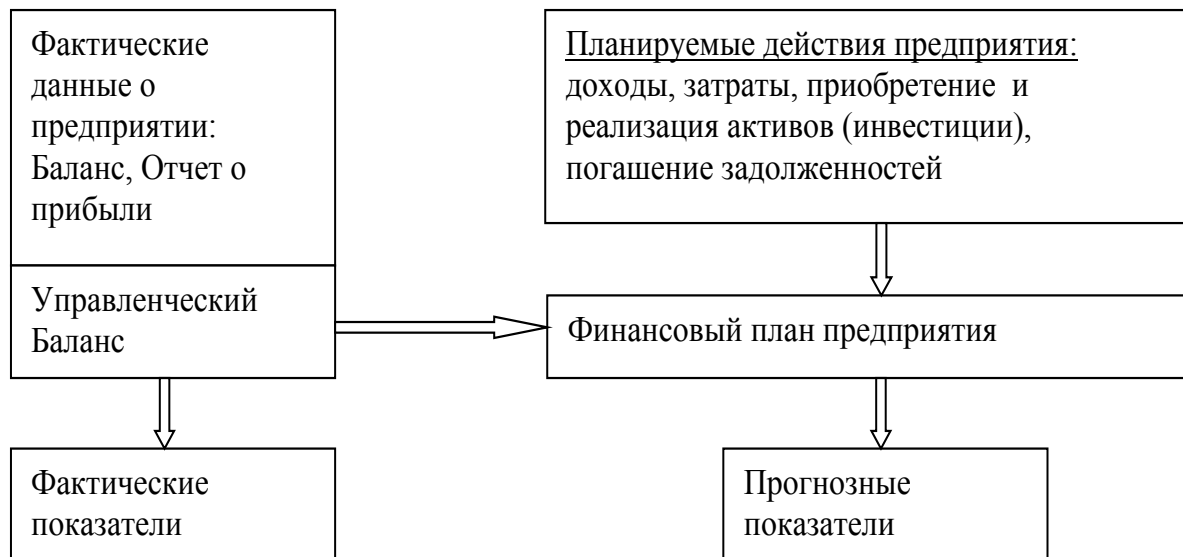


Рисунок 2.1.3 – Структура автоматизированной информационной системы «Альт-Финансы»

В качестве входной информации автоматизированной информационной системы для анализа хозяйственной деятельности используются стандартные формы баланса и отчета о финансовых результатах (формы №1 и №2).

БАЛАНС (ФОРМА №1) ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ	Стандартные Управленческий баланс
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Структура затрат</li> <li>• Общая величина амортизации основных фондов и нематериальных активов</li> <li>• Данные по привлеченным кредитам</li> <li>• Среднесписочная численность работников, фонд оплаты труда</li> </ul>	

Рисунок 2.1.4 – Входная информация автоматизированной информационной системы «Альт-Финансы»

Для создания отчета требуется много времени, если мы начинаем каждый раз с нуля. Программа автоматически создает текст заключения о состоянии компании, до 15 страниц таблиц и выводов.

Таблица 2.1.3 – Основные экономические показатели

Показатели, единицы измерения	Значение показателей				
	2020	2019		2018	
	Абсолютная величина	Абсолютная величина	Темп роста к предыдущему, %	Абсолютная величина	Темп роста к предыдущему, %
Уставный капитал, тыс. руб.	30	30	100	30	100
Выручка, тыс. руб.	1074643	888230	121,0	805303	110,3
Себестоимость продукции (работ, услуг), тыс. руб.	960659	777066	123,6	729497	106,5
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	13762	8288	166,0	6746	122,9
Чистая прибыль, тыс. руб.	10913	6551	166,6	5308	123,4
Остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов тыс. руб.	156496	96145	162,8	62384	154,1
Оборотные активы, тыс. руб.	423689	388529	121,0	334453	116,2
Среднесписочная численность работающих, чел.	108	98	110,2	91	107,7
Среднемесячная заработная плата, руб./мес.	19	16	140,8	91	107,7

Из анализа таблицы 2.1.3 можно сделать следующие выводы:

Отношение чистой прибыли к чистым продажам является конечной мерой прибыльности системы продаж и описывает общие доходы и расходы, а также конечный результат. Этот показатель является критической оценкой финансовых операций компании с точки зрения прибыли. В 2020 году чистая прибыль выросла почти в 1,7 раза, что в абсолютном выражении сопровождалось увеличением прибыльности компании. В целом это означает улучшение финансово-экономических показателей компании.

Таблица 2.1.4 – Динамика и структура основных средств

Показатели	На начало 2020 года		Поступило, тыс. руб.	На конец 2020 года		Изменение (+,-)	
	тыс. руб.	уд. вес, %		тыс. руб.	уд. вес, %	тыс. руб.	уд. вес, %
1. Земельные участки и объекты природопользования	2096	1,8	-	2096	0,8	0	0
2. Здания	25790	21,5	-	25790	10,5	0	0
3. Машины и оборудование	80130	66,8	126017	206147	83,4	+126017	99,0
4. Транспортные средства	11867	9,9	1300	13167	5,3	+1300	1,0
5. Всего основных средств	119883	100	127317	247200	100	+127317	100
В том числе:							
Производственные	80130	66,8	126017	206147	83,4	+126017	99,0
Непроизводственные	39753	33,2	1300	41053	16,6	+1300	1,0

Из таблицы 2.1.4 можно следующие выводы: по каждому из показателей основных средств, наблюдается тенденция роста, обусловленная покупкой, арендой, строительством и развитием, а также приватизацией, за исключением земельных участков и зданий.

Таблица 2.1.5 – Абсолютные изменения основных показателей финансово-хозяйственной деятельности организации

Показатели	2018	2019	2020	Абсолютное изменение, +/-		
				2020-2019	2019-2018	2020-2018
1. Выручка, тыс. руб.	805303	888230	1074643	+186413	+82927	+269140
2. Себестоимость продаж, тыс. руб.	729497	777066	960659	183593	47569	231162
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	75806	111164	113984	+2820	+35358	+38178
4. Коммерческие расходы, тыс. руб.	38188	46220	60645	14425	8032	22457
5. Управленческие расходы, тыс. руб.	29076	52706	42538	- 10168	23630	13462
6. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	8542	12238	10801	-1437	+3696	+2259
7. Прочие доходы, тыс. руб.	36803	15836	18897	+3061	- 20967	- 17906
8. Прочие расходы, тыс. руб.	38482	16444	9699	- 6745	- 22038	- 28783
9. Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	6746	8288	13762	+5474	+1542	+7016
10. Чистая прибыль, тыс. руб.	5308	6551	10913	+4362	+1243	+5605
11. Рентабельность продаж, % (стр.9: стр.1) x100	0,8	0,9	1,3	-	-	-

На основе анализа, приведенного в таблице 2.1.5, можно сделать следующие выводы:

Отношение чистой прибыли к доходу является важным показателем прибыльности системы рентабельности продаж и отражает общие статьи доходов и расходов. Этот показатель является критической оценкой финансовых показателей компании. В 2020 году абсолютное увеличение чистой прибыли на 4362 тыс. рублей сопровождалось ростом рентабельности компании на 0,4%.

Теперь рассмотрим относительные изменения тех же данных в таблице 2.1.6.

Таблица 2.1.6 – Относительные изменения основных показателей финансово-хозяйственной деятельности организации.

Показатели	2018	2019	2020	Относительное изменение, %		
				2020/2019	2019/2018	2020/2018
1. Выручка, тыс. руб.	805303	888230	1074643	121,0	110,3	133,4
2. Себестоимость продаж, тыс. руб.	729497	777066	960659	123,6	106,5	131,7
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	75806	111164	113984	102,5	146,6	150,4
4. Коммерческие расходы, тыс. руб.	38188	46220	60645	131,2	121,0	158,8
5. Управленческие расходы, тыс. руб.	29076	52706	42538	- 10168	23630	13462
6. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	8542	12238	10801	88,3	143,3	126,4
7. Прочие доходы, тыс. руб.	36803	15836	18877	119,2	43,0	51,3
8. Прочие расходы, тыс. руб.	38482	16444	9699	59,0	42,7	25,2
9. Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	6746	8288	13762	166,0	122,9	204,0
10. Чистая прибыль, тыс. руб.	5308	6551	10913	166,6	123,4	205,6
11. Рентабельность продаж, % (стр.9: стр.1) x100	0,8	0,9	1,3	-	-	-

В таблицах 2.1.5 и 2.1.6 показано общее улучшение финансово-хозяйственной деятельности предприятия, таким образом, руководство организации эффективно управляет своими финансовыми ресурсами, персоналом и

средствами, поддерживает управление затратами и реализует грамотную ценовую политику.

Структура продаж мясопродуктов за 2019 и 2020 г.г. представлена на рисунке 2.1.5.

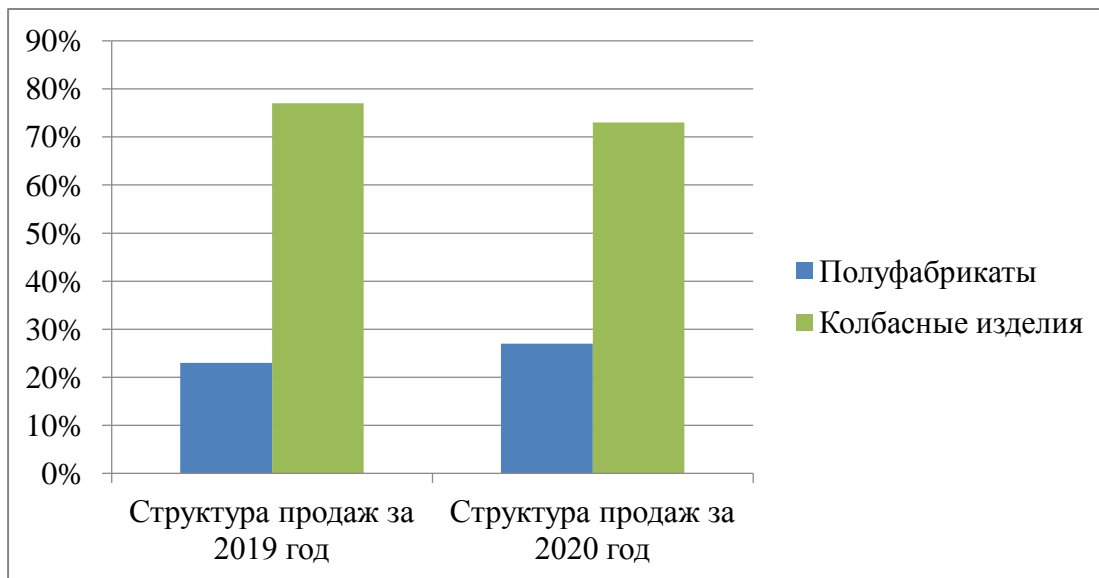


Рисунок 2.1.5 – Структура продаж мясопродуктов в ООО «Елецкий мясокомбинат»

Данные показывают, что доля полуфабрикатов в общем объеме продаж мясной продукции продолжает расти в 2020 году, поскольку рынок полуфабрикатов продолжает расти и развиваться.

В 2020 году существенных изменений в структуре продаж колбасных изделий не произошло, и на долю группы вареных колбас и сосисок по-прежнему приходится более 70% выручки.

В течение 10 лет компания предоставляет кредиты своим поставщикам-сельхозтоваропроизводителям, которые обеспечивают гарантированные поставки охлажденного сырья и производства мяса и жира.

Организационная структура компании рассматривается ниже, на рисунке 2.1.6.

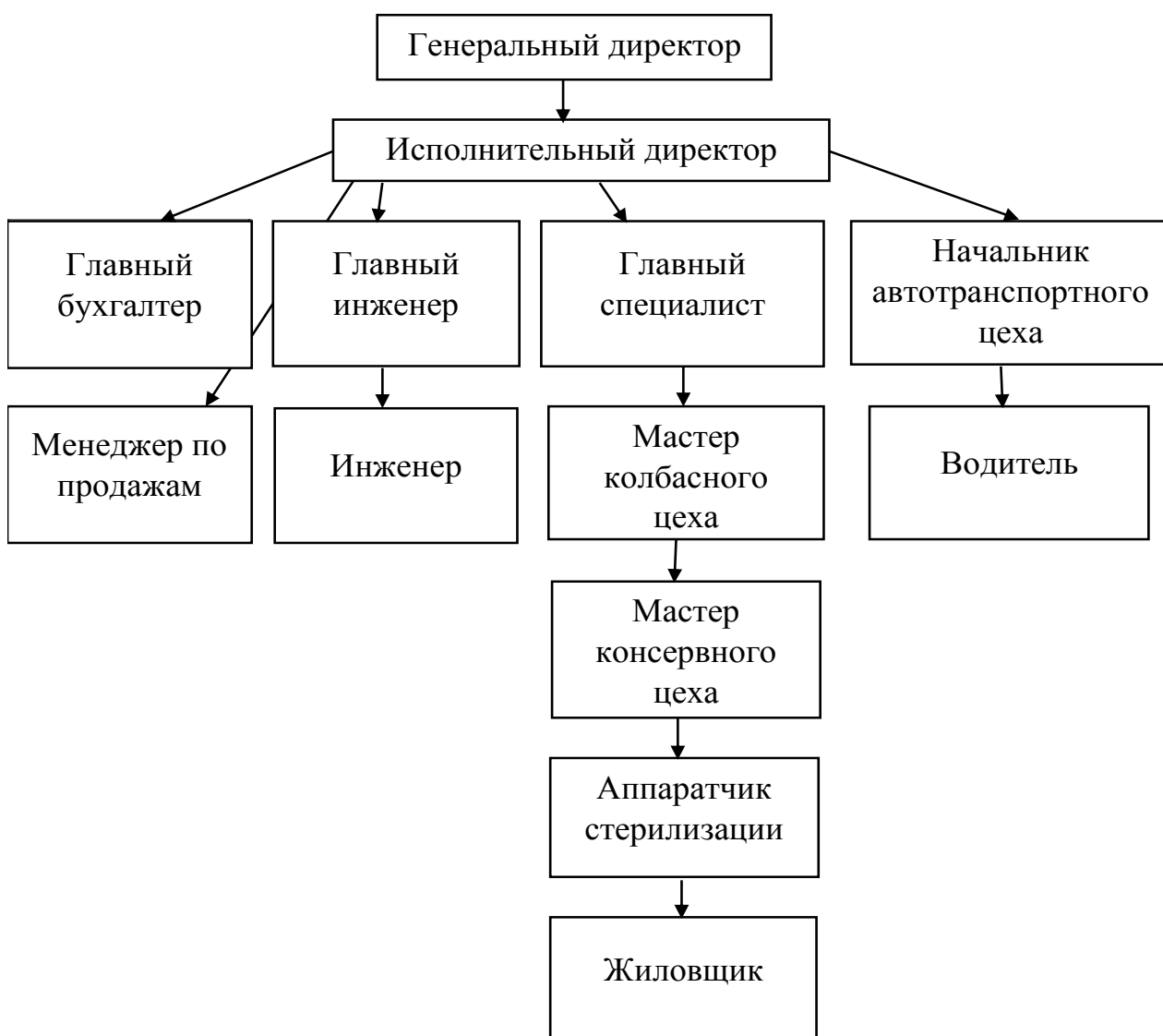


Рисунок 2.1.6 – Организационная структура управления предприятием

Краткие показатели численности работников организации представлены в таблице 2.1.7.

Таблица 2.1.7 – Анализ показателей численности работников организации

Показатели	Абсолютное значение, чел			Отклонение, чел.			Темп роста, %		
	2018	2019	2020	2019-2018	2020-2019	2020-2018	2019/2018	2020/2019	2020/2018
Руководители	3	4	4	+1	0	+1	133,3	100	133,3
Специалисты	51	53	54	+2	+1	+3	103,9	101,9	105,9
Итого	54	57	58	+3	+1	+4	105,6	101,8	107,4

Оперативное руководство осуществляется в соответствии со структурой управления. Аппарат управления ООО «Елецкий мясокомбинат» построен таким образом, чтобы обеспечить в научно-технических, экономических и организационных отношениях взаимосвязанное единство всех частей предприятия, а также для наилучшего использования трудовых и материальных ресурсов.

Все вопросы оперативной деятельности ООО «Елецкий мясокомбинат» будут решаться генеральным директором и его заместителем, руководителями административного аппарата. На совместном общем собрании принимаются решения по социально-экономическим вопросам, касающимся деятельности общества, и участвуют органы, утвержденные руководством.

Структура и персонал ООО «Елецкий мясокомбинат» утверждается генеральным директором по стандарту в соответствии со структурами аппарата управления и стандартами количества руководителей, специалистов и сотрудников с учетом характеристик производства.

Обязанности между подразделениями компании и сотрудниками каждого отдела распределяются на основе соответствующих правил и должностных инструкций. По состоянию на 01.01.2021 в компании работало 138 человек.

В ООО «Елецкий мясокомбинат» сокращений не наблюдалось, численность работников в 2020 году по сравнению с 2018 увеличилась на 4 сотрудника, в их числе 1 руководитель и 3 специалиста.

К сожалению, у нас нет данных о заработной плате сотрудников, но в отчете о движении денежных средств присутствует рост платежей в связи с оплатой труда работников, следовательно, организацией выбрана правильная стратегия роста прибыли.

ООО «Елецкий мясокомбинат» ведет финансовую отчетность самостоятельно и в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации по бухучету. Основными документами финансовой отчетности на предприятии являются баланс предприятия (Приложение А) и отчет о финансовых результатах (Приложение Б).



Приложениями для экономического анализа, финансового планирования и прогнозирования ООО «Елецкий мясокомбинат», руководит главный бухгалтер, в его поле деятельности входит объект бюджетного планирования, обслуживания, основными направлениями которого являются анализ рабочих мест, инвестиционное планирование и ценообразование. Служба планирования и бюджетирования выполняет определенные функции системы управления предприятием и состоит из нескольких подразделений, обладающих точными функциями.

Структура планово-бюджетной службы ООО «Елецкий мясокомбинат» представлена на рисунке 2.1.7.

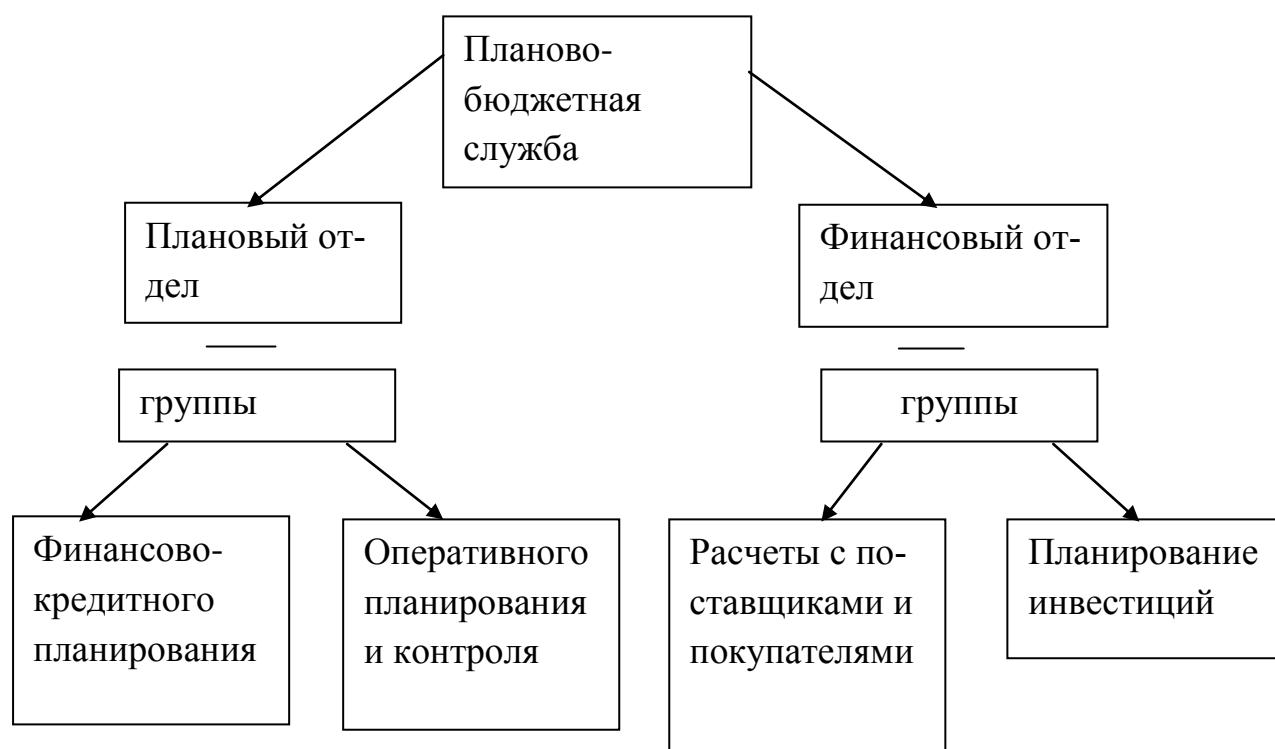


Рисунок 2.1.7 – Структура планово-бюджетной службы ООО «Елецкий мясокомбинат»

Далее рассмотрим социальные показатели предприятия, представленные в таблице 2.1.8.

Таблица 2.1.8 – Динамика социальных показателей предприятия

Показатели	2018	2019	2020	Абсолютное изменение (+/-)	Темп роста, %
1. Среднесписочная численность работников, чел.	91	98	138	+40	140,8
2. Затраты на оплату труда, тыс. руб.	18082	37383	52489	+15106	140,4
3. Отчисления на социальные нужды, тыс. руб.	7227	10031	12967	+2936	129,3
4. Среднегодовая заработная плата одного работника, руб.	198703	381459	380355	-1104	99,7
7. Отчисления на социальные нужды одного работника, руб.	79417	102357	93963	-8394	91,8
8. Выручка от продаж на одного работника, руб.	8849484	9760769	9950398	+189629	102,0
9. Прибыль до налогообложения на одного работника, руб.	74132	84571	99725	+15154	117,9

Как показано в таблице 2.1.8, многие показатели проявляют положительную динамику, кроме отчислений на социальные нужды на одного работника, выручки продаж на одного работника и прибыли до налогообложения на одного работника.

Поставка ООО «Елецкий мясокомбинат» различного сырья, необходимого для производства продукции, осуществляется следующим образом:

1. Отдел закупок компании определяет спрос на сырье,
2. Затем находят наиболее подходящего поставщика;
3. Заключается договор с поставщиком на поставку товара;
4. После заключения договора с поставщиком сырье будет доставлено на склад ООО «Елецкий мясокомбинат»;
5. На складе компании сырье разбирается и проверяется количество и качество. Если обнаруживается разница, то составляется акт приемки товара с указанием всех несоответствий;
6. Одобренные товары отправляются в соответствующее место хранения.

Поставка сырья для производства бывает централизованной и децентрализованной. Централизованная доставка осуществляется силами и средствами

поставщика. В случае децентрализованной доставки экспорт сырья от поставщиков осуществляется непосредственно самой компанией, собственным транспортом. В ООО «Елецкий мясокомбинат» на машины, предназначенные для перевозки сырья и продукции, имеются санитарные паспорта, выданный учреждениями санитарно-эпидемиологической службы.

Реализация продукции, произведенной на ООО «Елецкий мясокомбинат», осуществляется следующим образом:

1. Агентство организации продаж совместно со службой дистрибуции определяет потребности покупателей и заказчиков продукции.

2. По полученным заказам каждому клиенту предоставляются документы на поставку, доставку и оплату товара, а также документ на погрузку машины на складе поставщика:

- договор купли-продажи,
- товарно-транспортная накладная,
- счет-фактура,
- приходный кассовый ордер.

Помимо товарного потока, для ООО «Елецкий мясокомбинат» не менее важны денежные потоки. Очень важно контролировать долги получателей и долги поставщиков для оптимального управления денежными средствами. Компания сотрудничает с поставщиками в рамках договоров купли-продажи, поставки и консигнации.

В случае договора купли-продажи задолженность перед поставщиком возникает в момент указанный в договоре. Это может быть и депозит, и оплата по факту, и оплата в рассрочку.

В случае договора консигнации или реализации товар не переходит в собственность покупателя и задолженность перед поставщиком возникает по мере реализации товара.

Движение документов, относящихся к основной деятельности, можно описать следующими потоками:

1. Договора с покупателями заключаются менеджерами по месту нахождения заказчика и в офисе. Контракты хранятся в офисе торговой организации;

2. Договора с покупателями заключаются также менеджерами по продажам;

3. Затем заполняются бланки заказов, которые направляются в экономическое подразделение для выдачи документов. При оформлении документов в настоящее время проверяется задолженность покупателя перед компанией. Если задолженность превышает критическую сумму, документы не будут предоставлены, а информация поступает менеджерам. Для каждого автомобиля также создается документ для доставки товара.

4. После получения заказа доставка осуществляется либо на следующий день, либо в дату, указанную покупателем. Отдел уведомлений подготовит документы для экспедиторов с вечера. Утром экспедиторы получают груз на складе и доставляют его предприятиям-заказчикам.

5. После развоза товаров по заказам менеджеры привозят на склад не принятую и возвращенную продукцию. Документы, подтверждающие это, сдаются в отдел продаж и бухгалтерию, где предоставляются документы на доставку продукции на склад.

В случае отсутствия каких-либо видов продукции, предусмотренных в заказе или предполагаемой замены их аналогичными, специалисты ООО «Елецкий мясокомбинат» немедленно уведомляют об этом заказчика.

Доставка продукции на предприятии ведется также централизованным и децентрализованными способами.

В целях повышения заинтересованности сотрудников ООО «Елецкий мясокомбинат» в обеспечении ритмичности работы всех подразделений введена дифференцированная система премирования за выполнение и перевыполнение планов поставок, их ритмичное выполнение и без нареканий со стороны клиентов.

При разработке мероприятий по продажам учитываются не только постоянные, но и будущие клиенты, планирующие совместную деятельность.

Менеджеры совместно с руководством определяют уровень обслуживания и частоту посещений каждого потребителя с учетом их интересов и потребностей, поскольку недостаточное внимание со стороны потребителя может привести к потере клиента и передаче его услуги конкурирующему оптовику.

Таким образом, оптовая торговля произведенной продукцией была организована разумно, с учетом потребностей покупателей и заказчиков.

## **2.2 Анализ финансовых показателей деятельности**

Анализ актива и пассива баланса (Приложение В) показывает увеличение оборотных активов на 35160 тыс. руб. и внеоборотных на 60657 тыс. руб. Внеоборотные активы увеличились за счет роста суммы основных средств на 60351 тыс. руб. Сумма отложенных налоговых активов увеличилась на 306 тыс. руб.

Основной причиной увеличения стоимости оборотных активов явилось увеличение дебиторской задолженности и финансовых вложений. Так, дебиторская задолженность возросла в период с 2018 по 2020 год на 72367 тыс. руб.

По состоянию пассива видно, что доля уставного капитала осталась неизменной. За период 2018-2020 годов нераспределенная прибыль увеличилась в 2,1 раза.

Доля заемных средств увеличилась на 28193 тыс. рублей, а кредиторская задолженность на 63262 тыс. рублей.

В течение рассматриваемого периода долгосрочных обязательств у предприятия не было.

Финансовое положение компании можно оценить на основе краткосрочных и долгосрочных перспектив. В первом случае критериями финансового положения являются ликвидность и платежеспособность, т.е. способность предоставлять актуальную и полную информацию о краткосрочной задолженности.

Ликвидность актива определяется его способностью преобразования в денежные средства, а степень ликвидности определяется продолжительностью,

в течение которой может быть произведена операция. Чем короче период, тем выше ликвидность этих видов активов.

Когда речь идет о ликвидности компании, это означает, что у нее есть сумма оборотного капитала, которая теоретически достаточна для погашения краткосрочных обязательств, даже если она нарушает сроки, предусмотренные контрактами.

Конечно, ликвидность и платежеспособность не идентичны. Таким образом, ликвидность может характеризоваться удовлетворительным финансовым положением, но, по существу, эта оценка может быть неверной, если значительная доля краткосрочных активов является неликвидными и просроченными. Приведем ключевые показатели для оценки ликвидности компании:

#### 1. Текущая ликвидность

Коэффициент текущей (общей) ликвидности – финансовый коэффициент, равный отношению текущих (оборотных) активов к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам). Это наиболее общий и часто используемый показатель ликвидности.

$$K_{\text{тл}} = \text{ОА} / \text{КО} \quad (2.2.1)$$

где  $K_{\text{тл}}$  – коэффициент текущей ликвидности;

ОА – оборотные активы;

КО – краткосрочные обязательства.

$$K_{\text{тл}} = 423\,689 / 569\,584 = 0,7$$

Коэффициент отражает способность компании погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт только оборотных активов. Чем показатель больше, тем лучше платежеспособность предприятия.

Нормальным считается значение коэффициента 2 и более. Значение ниже 1 говорит о высоком финансовом риске, связанном с тем, что предприятие не в состоянии стабильно оплачивать текущие счета. Значение более 3 может свидетельствовать о нерациональной структуре капитала.

#### 2. Быстрая ликвидность

Коэффициент быстрой ликвидности – финансовый коэффициент, равный отношению высоколиквидных текущих активов к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам). Источником данных служит бухгалтерский баланс компании аналогично, как для текущей ликвидности, но в составе активов не учитываются материально-производственные запасы так как при их вынужденной реализации убытки будут максимальными среди всех оборотных средств. Формула быстрой ликвидности:

Кбл = (Краткосрочная дебиторская задолженность + Краткосрочные финансовые вложения + Денежные средства) / Текущие обязательства  
(2.2.2)

$$\text{Кбл} = \frac{27900 + 1500}{569584} = 0,1$$

Коэффициент отражает способность компании погашать свои текущие обязательства в случае возникновения сложностей с реализацией продукции.

Нормальным считается значение коэффициента не менее 1.

### 3. Абсолютная ликвидность

Коэффициент абсолютной ликвидности — финансовый коэффициент, равный отношению денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам). Источником данных служит бухгалтерский баланс компании аналогично, как для текущей ликвидности, но в составе активов учитываются только денежные и близкие к ним по сути средства:

Кал = (Денежные средства + краткосрочные финансовые вложения) / Текущие обязательства  
(2.2.3)

$$\text{Кал} = \frac{1500 + 27900}{569584} = 0,1$$

В отличие от двух приведенных выше, данный коэффициент не нашел широкого распространения на западе. Согласно российским нормативным актам нормальным считается значение коэффициента не менее 0,2.

## 2.3 Анализ прибыли предприятия

На основании данных бухгалтерского баланса (Приложение А) можно изобразить график (рисунок 2.3.1) динамики показателей капитала, внеоборотных активов, а также общей величины активов:

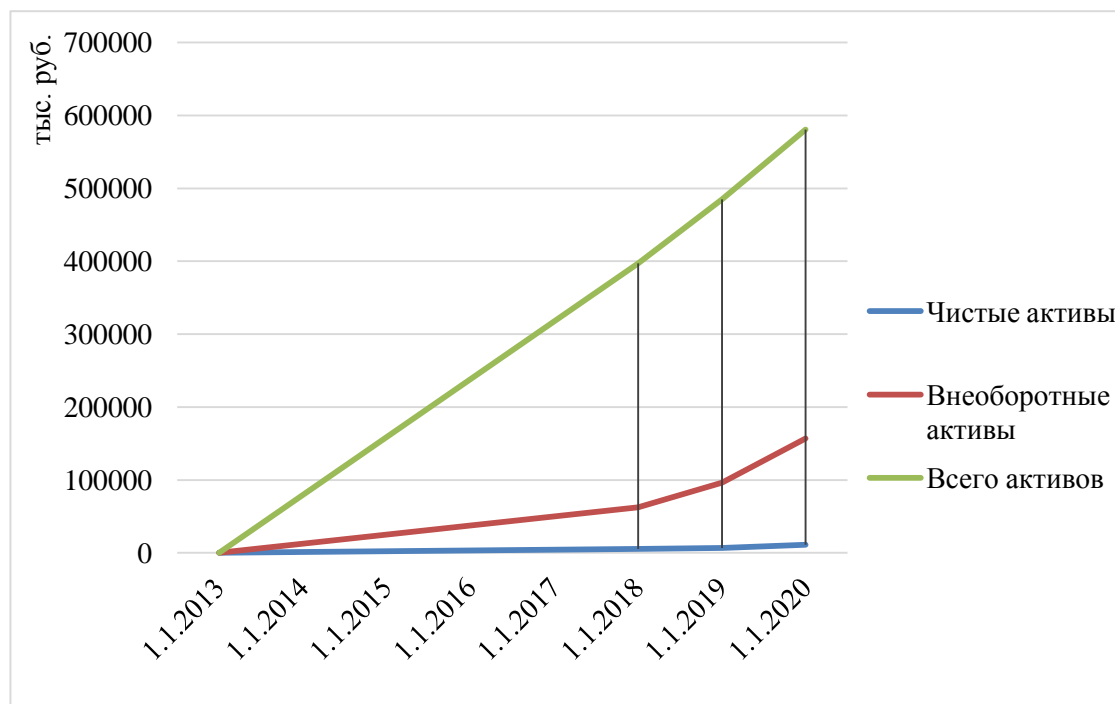


Рисунок 2.3.1 – Динамика показателей капитала, внеоборотных активов и общей величины активов

Три финансовых показателя, характеризующих структуру бухгалтерского баланса, финансовую устойчивость организации, рассчитаны в следующей таблице 2.3.1 [40]:

Таблица 2.3.1 – Финансовые показатели

Финансовый показатель	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018
Чистые активы	10943	6581	5337
Коэффициент автономии (норма: 0,5 и более)	0,02	0,01	0,01
Коэффициент текущей ликвидности (норма: 1,5-2 и выше)	0,7	0,9	0,8

Деятельность предприятия характеризуется его финансовыми показателями, прежде всего, такими как сумма полученной прибыли и уровень рентабельности.



Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние.

Прибылью называют часть чистого дохода, созданного в процессе производства и реализованного в сфере обращения, который непосредственно получает предприятие. Только после реализации продукции доход может принять форму прибыли.

Объём реализации и величина прибыли, уровень рентабельности зависят от всех производственной, снабженческой, сбытовой и коммерческой деятельности предприятия.

В анализе используются следующие показатели прибыли: валовая прибыль, прибыль до налогообложения, прибыль от продаж, чистая прибыль.

- Валовая прибыль (ВП), представляющая собой разницу между выручкой и себестоимостью реализованной продукции, работ, услуг;

- Прибыль от продаж (ПП), отражающая прибыль от основного вида деятельности организации;

- Прибыль до налогообложения (балансовая прибыль - БП), учитывающая совокупную прибыль от основного вида деятельности и прочих видов деятельности предприятия;

- Чистая прибыль (ЧП), представляющая собой прибыль организации, остающейся в ее распоряжении после уплаты налогов и платежей.

Порядок формирования показателей прибыли (в соответствии с формой № 2 «Отчет о финансовых результатах») имеет следующий вид:

$$ВП = В - С \quad (2.3.1)$$

где В – выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей), тыс. руб.;

С – себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.

$$ПП = ВП - КР - УР \quad (2.3.2)$$

где КР – коммерческие расходы, тыс. руб.;

УР – управленческие расходы, тыс. руб.

$$\text{БП} = \text{Пп} - \text{Пу} + \text{ДУ} + \text{ПД} - \text{ПР} \quad (2.3.3)$$

где Пп – проценты к получению, тыс. руб.;

Пу – проценты к уплате, тыс. руб.;

ДУ – доходы от участия в других организациях, тыс. руб.;

ПД – прочие доходы, тыс. руб.;

ПР – прочие расходы, тыс. руб.

$$\text{ЧП} = \text{БП} + \text{ОНА} - \text{ОНО} - \text{Нп} \quad (2.3.4)$$

где ОНА – отложенные налоговые активы, тыс. руб.;

ОНО – отложенные налоговые обязательства, тыс. руб.;

Нп – налог на прибыль, тыс. руб.

Анализ валовой прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат» за период с 2018 года по 2020 год представлен в таблице 2.3.2.

Таблица 2.3.2 – Анализ валовой прибыли

Показатели	Значения, тыс. руб.			Отклонение, %		
	2018	2019	2020	2020/ 2019	2019/ 2018	2020/ 2018
Выручка, тыс. руб.	805303	888230	1074643	121,0	110,3	133,4
Себестоимость, тыс. руб.	729497	777066	960659	123,6	106,5	131,7
Валовая прибыль, тыс. руб.	75806	111164	113984	102,5	146,6	150,4

За весь анализируемый период показатели – выручка и себестоимость увеличиваются. В 2018 году валовая прибыль составила 75806 тыс. руб. В 2019 году произошло резкое увеличение этого показателя на 35308 тыс. руб., и сумма валовой прибыли составила 111164 тыс. руб. В 2020 году валовая прибыль увеличилась еще на 2820 тыс. руб. (+2,5%) и имела значение 113984 тыс. руб. Таким образом, за весь анализируемый период произошло увеличение валовой прибыли на 38178 тыс. руб. (150,4%). Увеличение валовой прибыли можно объяснить тем, что выручка от продаж растет большим темпом роста, чем себестоимость.

Что касается прибыли от продаж, то здесь тоже наблюдается положительная динамика (рисунок 2.3.2).

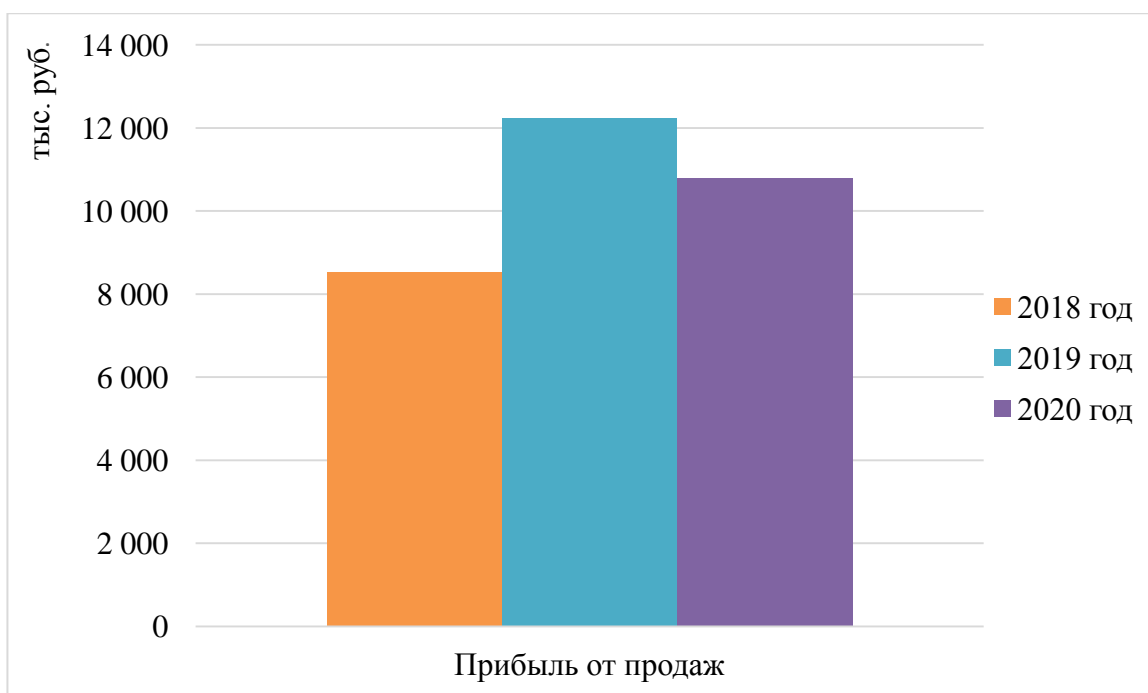


Рисунок 2.3.2 – Динамика прибыли от продаж

На рисунке видно, что, протяжении всего периода предприятие было прибыльным. В 2018 году прибыль от продаж составила 8542 тыс. руб. В 2019 году произошло увеличение этого показателя на 3696 тыс. руб. до уровня 12238 тыс. руб.

В 2020 году данный показатель снизился на 1437 тыс. руб. и составил 10801 тыс. руб. Это произошло в результате увеличения коммерческих и управленческих расходов. Увеличение уровня коммерческих расходов является отрицательным моментом в деятельности предприятия, если в 2018 году их сумма была равна 38188 тыс. руб., то к концу 2020 года они составили 60645 тыс. руб.

Управленческие расходы ООО «Елецкий мясокомбинат», которые, так же, как и коммерческие участвуют при расчете прибыли от продаж в период с 2018 года по 2020 год увеличились с 29076 тыс. руб. до значения 42538 тыс. руб.

В процессе своей деятельности предприятие осуществляет различные операции не относящиеся к основному виду деятельности, так называемые прочие операции. Финансовый результат от таких операций влияет на величину

прибыли до налогообложения. В форме 2 «Отчет о финансовых результатах» приведены суммы прочих доходов и прочих расходов.

К прочим доходам можно отнести доходы от продажи основных средств, ценных бумаг, материально-производственных запасов, штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров, прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году, имущество, оказавшееся в излишке по результатам инвентаризации и др.

В составе прочих расходов учтен резерв по сомнительным долгам, убытки прошлых периодов, выявленные в отчетном периоде; расходы, связанные с передачей имущества в муниципальную собственность; штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров.

Анализ изменения прочих доходов и расходов приведен в таблице 2.3.3.

Таблица 2.3.3 – Анализ изменения прочих доходов и расходов

Показатели	Значения			Отклонение, +/-		
	2018	2019	2020	2020-2019	2019-2018	2020-2018
Проценты к получению, тыс. руб.	235	619	256	-363	+384	+21
Проценты к уплате, тыс. руб.	(352)	(4008)	(6493)	+2485	+3656	+6141
Прочие доходы, тыс. руб.	36803	15836	18897	+3061	-20967	-17906
Прочие расходы, тыс. руб.	(38482)	(16444)	(9699)	-6745	-22038	-28783

Проведя анализ, мы видим, что прочие доходы уменьшились в 2019 году по сравнению с 2018 годом на 20967 тыс. руб. и составили 15836 тыс. руб., против 36803 тыс. руб. В 2020 году по сравнению с 2019 годом произошло увеличение прочих доходов на 3061 тыс. руб. Таким образом, за весь анализируемый период произошло существенное снижение прочих доходов на 17906 тыс. руб. (почти на 50%).

Что касается прочих расходов, то здесь наблюдается снижение. В 2018 году прочие расходы составляли 38482 тыс. руб. и превышали уровень доходов. В 2019 году по сравнению с 2018 годом прочие расходы сократились на 22038 тыс. руб. и составили 16444 тыс. руб. В 2020 году данный показатель увеличился еще на 6745 тыс. руб., таким образом, к концу анализируемого периода сум-

ма прочих расходов составила 9699 тыс. руб., что на 28783 тыс. руб. меньше, чем в 2018 году.

В состав прочих доходов и расходов входят так же проценты к получению и проценты к уплате. Анализируя эти показатели можно сказать, что проценты к получению в 2018 году имеют небольшое значение 235 тыс. руб., в динамике к 2020 году их сумма увеличивается на 21 тыс. руб. и составляет 256 тыс. руб. Данный показатель оказывает небольшое влияние на финансовый результат от прочих операций. В свою очередь, проценты к уплате в 2018 году составляют 352 тыс. руб. В 2019 году их сумма значительно увеличивается до 4008 тыс. руб., а к концу 2020 года наблюдается еще больший рост до уровня 6493 тыс. руб.

Прибыль до налогообложения в 2018 году и в 2019 году составила 6746 тыс. руб. и 8288 тыс. руб. соответственно. В 2020 году произошло увеличение этого показателя на 5474 тыс. руб. (66%) до уровня 13762 тыс. руб.

Основной финансовый показатель, ради которого предприятие организует свою деятельность это, безусловно, чистая прибыль. Динамика чистой прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат» представлена на рисунке 2.3.2.

Как видно из рисунка, величина чистой прибыли имеет положительную тенденцию. В 2018 году прибыль составляла 5308 тыс. руб., в 2019 году сумма прибыли увеличилась на 1243 тыс. руб. и составила 6551 тыс. руб. В 2020 году чистая прибыль значительно увеличилась на 4362 тыс. руб.

Таким образом, к концу анализируемого периода величина чистой прибыли составила 10913 тыс. руб. Прежде всего это связано с расширением производства, достаточно рационального использования производственной мощности предприятия.

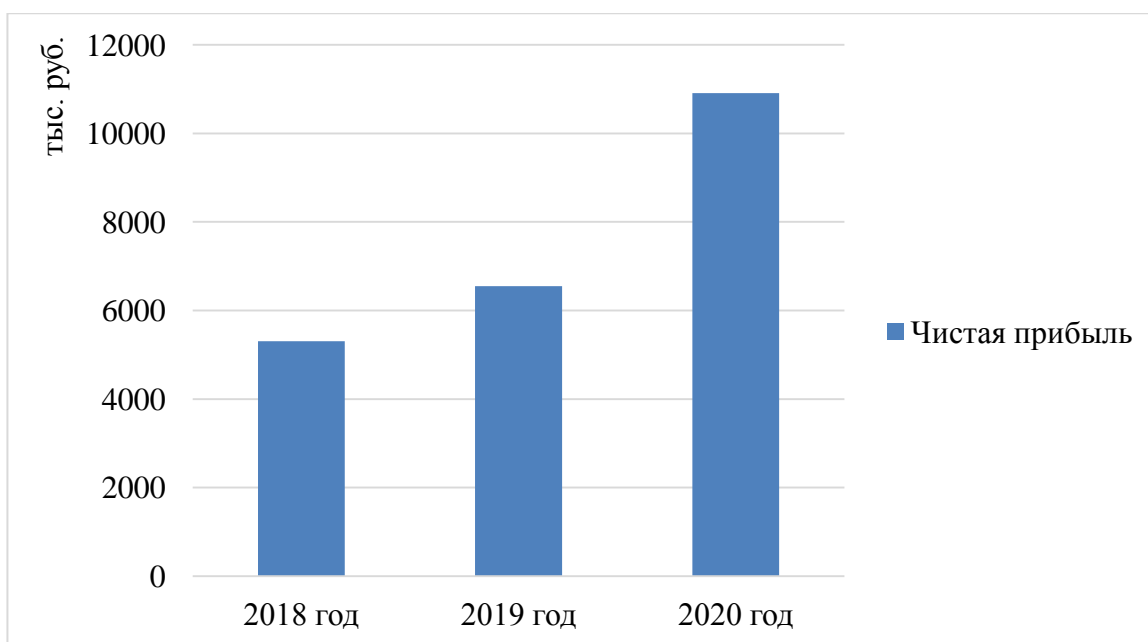


Рисунок 2.3.3 – Динамика чистой прибыли

Для оценки финансовых результатов, помимо анализа динамики показателей прибыли, необходимо провести анализ всех доходов и расходов, как по сумме, так и по структуре. Данные для анализа структуры доходов представлен в таблице 2.3.4.

Таблица 2.3.4 – Динамика и структура доходов

Доходы	Значения					
	2018		2019		2020	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Выручка	805303	95,6	888230	98,17	1074643	98,25
Проценты к получению	235	0,03	619	0,07	256	0,02
Доходы от участия в других организациях	0	0	47	0,01	0	0
Прочие доходы	36803	4,37	15836	1,75	18897	1,73
Всего доходов	842341	100	904732	100	1093796	100

Анализ динамики, состава и структуры доходов показал, что выручка от продажи растет с каждым годом, и является основной составляющей всех доходов предприятия. В 2018 году доля выручки в доходах составляла 95,6%, к концу 2020 года доля выручки увеличилась до 98,25%.

Доля прочих доходов снизилась. В 2018 году прочие доходы занимали 4,37% всех доходов предприятия. В 2020 году этот показатель уменьшился до 1,73%.

Сумма процентов к получению настолько мала в общих доходах, что их доля не превышала 0,07%.

В целом, в 2020 году предприятие получило доход а размере 1093796 тыс. руб., что на 251428 тыс. руб. больше, чем в 2018 году.

Таким образом, основным источником поступления денежных средств является реализация товарной продукции.

В таблице 2.3.5 представлена динамика и структура расходов ООО «Елецкий мясокомбинат» за период 2018-2020 гг.

Таблица 2.3.5 – Динамика и структура расходов

Расходы	Значения					
	2018		2019		2020	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Себестоимость	729497	87,15	777066	86,51	960659	88,71
Коммерческие расходы	38188	4,57	46220	5,15	60645	5,6
Управленческие расходы	29076	3,47	52706	5,87	42538	3,93
Проценты к уплате	352	0,04	4008	0,45	6493	0,6
Прочие расходы	38482	4,6	16444	1,83	9699	0,9
Текущий налог на прибыль	1438	0,17	1737	0,19	2849	0,26
Всего расходов	837033	100	898181	100	1082883	100

Как видно из таблицы 2.3.5, доля себестоимости товарной продукции в общей сумме расходов предприятия увеличилась. Если в 2018 году она была равна 87,15%, то к концу 2020 года увеличилась на 1,56% и составила 88,71%. Параллельно с этим увеличилась доля процентов к уплате до 0,6% в 2020 году, хотя в 2018 году они занимали малую долю 0,04% от общих расходов. Сумма коммерческих расходов за весь период увеличилась на 22457 тыс. руб., соответственно и доля этих расходов в общей сумме увеличилась с 4,57% в 2018 году до 5,6 % в 2020 году.

При уменьшении суммы прочих расходов за анализируемый период с 38482 тыс. руб. до 9699 тыс. руб. их доля в общей сумме расходов снижается всего на 3,7%.

Управленческие расходы в анализируемом периоде увеличились на 13462 тыс. руб. и составили 3,93 % в общей сумме расходов.

Текущий налог на прибыль вырос с 1438 тыс. руб. в 2018 году до 1737 тыс. руб. в 2019 году и составил 0,19%. В 2020 году налог на прибыль увеличился до 2849 тыс. руб.

Таким образом, в 2018 году сумма всех расходов на предприятии составила 837033 тыс. руб. В 2019 году расходы увеличились на 61184 тыс. руб., а в 2020 году произошло увеличение расходов в 3 раза уровня 1082883 тыс. руб.

В целом можно сделать вывод, что при сохранении такой тенденции (темп роста доходов выше темпа роста расходов) предприятие в дальнейшем может рассчитывать на получение большей прибыли.

Факторный анализ прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат».

Важным фактором, влияющим на величины прибыли, является себестоимость продукции. Чем ниже себестоимость, определяемая уровнем затрат на производство и реализацию продукции, тем выше прибыль, и наоборот. Этот фактор, в свою очередь, находится под воздействием многих причин. Поэтому при анализе уровня прибыли должны быть выявлены все причины ее снижения или повышения с тем, чтобы разработать мероприятия по сокращению уровня затрат.

Увеличение объемов производства ведет к росту прибыли (если продукция пользуется спросом). Зависимость прибыли от этого фактора при прочих равных условиях прямо пропорциональная. Предприятиям необходимо принимать меры по обеспечению роста объемов производства продукции на основе технического обновления и повышения эффективности производства. Кроме того, необходимо принимать меры по стимулированию сбыта, совершенствованию расчетно-платежных отношений между предприятиями, что приведет к росту прибыли.

Фактором, напрямую определяющим величины прибыли от реализации продукции, являются применяемые цены. Уровень цен определяется качеством производимой продукции, зависящим от технического совершенствования производства. При проведении факторного анализа за период с 2019 года по 2020 год необходимо учитывать влияние инфляции. Цены на продукцию в отчетном



периоде возросли по сравнению с базисным в среднем на 8%, тогда индекс цены 1,08.

Выручка от реализации в отчетном периоде:

$$B' = \frac{B1}{Jц} = \frac{1074643}{1,08} = 995040 \text{ тыс. руб.} \quad (2.3.5)$$

где  $B'$  – выручка от реализации в сопоставимых ценах;

$B1$  – выручка от реализации продукции в отчетном периоде;

$Jц$  – индекс цены.

Следовательно, выручка от реализации продукции в отчетном году по сравнению с прошедшим периодом увеличилась за счет роста цены (инфляции) на 79603 тыс. руб.:

$$dBц = B1 - B' = 1074643 - 995040 = 79603 \text{ тыс. руб.} \quad (2.3.6)$$

Влияние на сумму прибыли от реализации ( $Пр$ ) изменения выручки от реализации (исключая влияние изменения цены) можно рассчитать следующим образом:

$$dПР(B) = \frac{[(B1 - B0) - dBц] * Rp0}{100} \quad (2.3.7)$$

где  $dПР(B)$  – изменение прибыли от реализации под влиянием фактора «Выручка»;

$B1$  и  $B0$  – соответственно выручка от реализации в отчетном (1) и базисном (0) периодах;

$dBц$  – показатель изменения выручки от реализации под влиянием цены;

$Rp0$  – рентабельность продаж в базисном периоде.

$$dПР(B) = \frac{(1074643 - 888230 - 79603) * 0,9}{100} = 961 \text{ тыс. руб.} \quad (2.3.8)$$

Таким образом, увеличение суммы прибыли от реализации было обусловлено изменением выручки от реализации в отчетном периоде и тем самым и прибыли отчетного года на 961 тыс. руб.

Расчет влияния фактора «Цена».

Для определения степени влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от реализации необходимо сделать следующий расчет:

$$dПР(Ц) = \frac{(B1 - \frac{B1}{Jц}) * Rp0}{100} = \frac{dBц * Rp0}{100} \quad (2.3.9)$$

$$dПР(Ц) = \frac{79603 * 0,9}{100} = 716 \text{ тыс. руб.}$$

То есть, прирост цен на продукцию в отчетном периоде по сравнению с прошедшим периодом в среднем на 8% привел к увеличению суммы прибыли от реализации на 716 тыс. руб.

Расчет влияния фактора «Себестоимость реализации».

$$dПР(С) = \frac{B1 * (УС1 - УС0)}{100} \quad (2.3.10)$$

где УС1 и УС0 – соответственно уровни себестоимости в отчетном и базисном периодах.

$$УС1 = 88,71\%; УС0 = 86,51\%;$$

$$dПР(С) = \frac{1074643 * 2,2}{100} = 23642 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет влияния фактора «Коммерческие расходы».

Для расчета используется формула аналогичная предыдущей:

$$dПР(КР) = \frac{B1 * (УКР1 - УКР0)}{100} \quad (2.3.11)$$

где УКР1 и УКР0 – соответственно уровни коммерческих расходов в отчетном и базисном периодах.

$$УКР1 = 5,6\%; УКР0 = 5,15\%$$

$$dПР(КР) = \frac{1074643 * 0,45}{100} = 4836 \text{ тыс. руб.}$$

Удельный вес коммерческих расходов в отчетном периоде в сравнении с базисным снизился на 0,45% и привел к увеличению прибыли на 499 тыс. руб.

Расчет влияния фактора «Управленческие расходы».

Для расчета используется формула аналогичная предыдущей:

$$dПР(УР) = \frac{B1 * (УУР1 - УУР0)}{100} \quad (2.3.12)$$

где УУР1 и УУР0 – соответственно уровни управленческих расходов в отчетном и базисном периодах.

$$УУР1 = 3,93\%; УУР0 = 5,87\%$$

$$dПР(УР) = \frac{1074643 * (-1,94)}{100} = -20848 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет влияния факторов «Прочие доходы» и «Прочие расходы». Для расчета также используются формулы аналогичные предыдущей:

$$dПР(ПД) = \frac{B1*(УПД1-УПД0)}{100} \quad (2.3.13)$$

где УПД1 и УПД0 – соответственно уровни прочих доходов в периодах.

$$УПД1 = 1,73\%; УПД0 = 1,75\%$$

$$dПР(ПД) = \frac{1074643*(-0,02)}{100} = -215 \text{ тыс. руб.}$$

$$dПР(ПР) = \frac{B1*(УПР1-УПР0)}{100} \quad (2.3.14)$$

где УПР1 и УПР0 – соответственно уровни прочих расходов в отчетном и базисном периодах.

$$УПР1 = 0,9\%; УПР0 = 1,83\%$$

$$dПР(ПР) = \frac{1074643*(-0,93)}{100} = -9994 \text{ тыс. руб.}$$

Остальные показатели не оказывают столь существенного влияния на прибыль, как факторы хозяйственной сферы.

Все показатели нужно разделить на факторы прямого и обратного влияния по отношению к прибыли. На какую величину увеличивается (уменьшается) показатель – фактор «прямого действия», на такую же сумму увеличивается (уменьшается) прибыль. Факторы «обратного действия» (расходы) влияют на сумму прибыли, наоборот.

По данным «Отчета о финансовых результатах» (Приложение В) можно проанализировать динамику рентабельности продаж, чистой рентабельности отчетного периода, рентабельность всего капитала, собственных средств, производственных фондов, финансовых вложений, перманентных средств, а также влияние факторов на изменение этих показателей.

Следует отметить, что в странах с развитыми рыночными отношениями обычно ежегодно торговой палатой, промышленными ассоциациями или правительством публикуется информация о «нормальных» значениях показателей рентабельности.

Сопоставление своих показателей с их допустимыми величинами позволяет сделать вывод о состоянии финансового положения предприятия. В России эта практика пока отсутствует, поэтому единственной базой для сравнения является информация о величине показателей в предыдущие годы.

Рентабельность продаж (R1) показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции и рассчитывается как:

$$R1 = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка от продаж}} * 100\% \quad (2.3.15)$$

$$R1 = \frac{10801}{1074643} * 100\% = 1,01\%$$

Бухгалтерская рентабельность от обычной деятельности (R2) показывает уровень прибыли после выплаты налога, рассчитывается по формуле:

$$R2 = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Выручка от продаж}} * 100\% \quad (2.3.16)$$

$$R2 = \frac{13762}{1074643} * 100\% = 1,28\%$$

Чистая рентабельность (R3) показывает, сколько чистой прибыли приходится на единицу прибыли. Показатель рассчитывается следующим образом:

$$R3 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка от продаж}} * 100\% \quad (2.3.17)$$

$$R3 = \frac{10913}{1074643} * 100\% = 1,02\%$$

Экономическая рентабельность (R4) показывает эффективность использования всего имущества организации и рассчитывается как:

$$R4 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя стоимость имущества}} * 100\% \quad (2.3.18)$$

$$R4 = \frac{10913}{(484710+580527)/2} * 100\% = 2,1\%$$

Рентабельность собственного капитала (R5) показывает эффективность использования собственного капитала, определяется по формуле:

$$R5 = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя стоимость собственного капитала}} * 100\% \quad (2.3.19)$$

$$R5 = \frac{10913}{(6581+10943)/2} * 100\% = 125\%$$

Валовая рентабельность (R6) отражает величину валовой прибыли в каждом рубле реализованной продукции (работ, услуг).

$$R6 = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка от продаж}} * 100\% \quad (2.3.20)$$

$$R6 = \frac{113984}{1074643} * 100\% = 10,6\%$$

В зарубежной практике этот показатель называется маржинальным доходом (коммерческой маржей).

Особый интерес для внешней оценки результативности финансово-хозяйственной деятельности организации представляет анализ не таких традиционных показателей прибыльности, как затратноотдача (R7), которая показывает, сколько прибыли от продажи приходится на 1 рубль затрат. Показатель рассчитывается по формуле:

$$R7 = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Себестоимость}} * 100\% \quad (2.3.21)$$

$$R7 = \frac{10801}{960659} * 100\% = 1,12\%$$

Чтобы оценить результаты деятельности организации в целом и проанализировать ее сильные и слабые стороны, необходимо синтезировать показатели, причем таким образом, чтобы выявить причинно-следственные связи, влияющие на финансовое положение и его компоненты.

Одним из синтетических показателей экономической деятельности организации в целом является экономическая рентабельность (R4), его еще принято называть рентабельностью активов. Это самый общий показатель, отвечающий на вопрос, сколько прибыли организация получает в расчете на рубль своего имущества.

В показателе рентабельности активов R4 результат текущей деятельности анализируемого периода (прибыль) сопоставляется с имеющимися у организации основными и оборотными средствами (активами). С помощью тех же активов организация будет получать прибыль и в последующие периоды деятельности. Прибыль же является, главным образом (почти на 98%), результатом от продажи продукции (работ, услуг). Выручка от продажи - показатель, напрямую связанный со стоимостью активов: он складывается из натурального объе-

ма и цен продажи, а натуральный объем производства и продажи определяется стоимостью имущества.

Рентабельность активов - показатель, производный от выручки.

Рентабельность активов может повышаться при неизменной рентабельности продаж и росте объема реализации, опережающем увеличение стоимости активов, т. е. ускорении оборачиваемости активов (ресурсоотдачи). И наоборот, при неизменной ресурсоотдаче рентабельность активов может расти и за счет роста бухгалтерской (до налогообложения) рентабельности.

Рентабельность продаж можно наращивать путем повышения цен или снижения затрат. Однако эти способы временные и недостаточно надежны в нынешних условиях. Наиболее последовательная политика организации, отвечающая целям укрепления финансового состояния, состоит в том, чтобы увеличивать производство и реализацию той продукции (работ, услуг), необходимость которой определена путем улучшения рыночной конъюнктуры.

В теории финансового анализа содержится оценка оборачиваемости и рентабельности активов по отдельным его составляющим: оборачиваемости и рентабельности материальных оборотных средств, средств в расчетах, собственных и заемных источников средств. Однако, сами по себе эти показатели малоинформативные. Чисто арифметически, в результате уменьшения знаменателей при расчете этих показателей по сравнению со знаменателем показателя рентабельности или оборачиваемости всех активов, мы имеем более высокую рентабельность и оборачиваемость отдельных элементов капитала.

При анализе экономической рентабельности, безусловно, нужно принимать во внимание роль отдельных его элементов. Но зависимость целесообразно строить не через оборачиваемость элементов, а через оценку структуры капитала в увязке с динамикой его оборачиваемости и рентабельности. Из формулы R4 хорошо видны возможные пути повышения экономической рентабельности - пути увеличения прибыльности капитала.

Показатель рентабельности собственного капитала (R5) позволяет установить зависимость между величиной инвестируемых собственных ресурсов и размером прибыли, полученной от их использования.

Следует отметить, что факторам, влияющим на рентабельность собственного капитала, и по уровню значений, и по тенденции изменения присуща отраслевая специфика.

Так, показатель ресурсоотдачи может иметь относительно невысокое значение при высокой капиталоемкости. Показатель рентабельности продаж (R1) при этом будет высоким. Относительно низкое значение коэффициента финансовой независимости может быть только в организациях, имеющих стабильное и прогнозируемое поступление денежных средств за свою продукцию (работы, услуга). Это же относится к организациям, имеющим значительную долю ликвидных активов. Таким образом, в зависимости от отраслевой специфики, а также финансово-хозяйственных условий организация может делать ставку на тот или иной фактор повышения рентабельности собственного капитала.

Анализируя рентабельность в пространственно-временном аспекте, необходимо принимать во внимание три ключевые особенности этого показателя. Первая связана с проблемой выбора стратегии управления финансово-хозяйственной деятельностью организации. Если выбирать стратегию с высоким риском, то необходимо получение высокой прибыли. Или наоборот – небольшая прибыль, зато, почти не рискуя.

Одним из показателей риска в бизнесе как раз является коэффициент финансовой независимости – чем ниже его значение, тем в меньшей степени доля собственного капитала увеличивается за счет повышения факторного коэффициента финансовой независимости. И это положение ослабляет финансовую устойчивость организации.

Вторая особенность связана с проблемой оценки. Числитель и знаменатель рентабельности собственного капитала выражены в денежных единицах разной покупательной способности.

Числитель, т. е. прибыль, динамичен. Он отражает результаты деятельности и сложившийся уровень цен на товары, услуги в основном за истекший период. Знаменатель, т.е. стоимость собственного капитала, складывается в течение ряда лет. Он выражен, как правило, в учетной оценке, которая может существенно отличаться от текущей оценки. Поэтому высокое значение коэффициента R5 может быть вовсе не эквивалентно высокой отдаче на инвестируемый собственный капитал.

И, наконец, третья особенность связана с временным аспектом деятельности организации. Коэффициент чистой рентабельности (R3), влияющий на рентабельность собственного капитала, определяется результативностью работы отчетного периода, а будущий эффект долгосрочных инвестиций он не отражает. Если организация планирует переход на новые технологии или другую деятельность, требующую больших инвестиций, то рентабельность капитала может снижаться. Однако если расходы в дальнейшем окупятся, то снижение рентабельности (R5) нельзя рассматривать как негативную характеристику текущей деятельности.

Чтобы предотвратить ухудшение финансового положения предприятия и предложить пути его улучшения, бухгалтеры ООО «Елецкий мясокомбинат» проводят анализ финансового положения предприятия, включая различные статистические и математические методы, используя метод экспертных оценок оборудования для поиска наилучших путей решения проблем для предприятия.

В процессе исследования были выявлены следующие факторы, оказывающие негативное влияние на финансовые результаты ООО «Елецкий мясокомбинат» (по итогам 2018 – 2020 гг.):

- рост уровня себестоимости в общей доле расходов с 86,91% до 88,71%;
- снижение прибыли от продаж на 11,7%;
- рост уровня коммерческих расходов в общей доле расходов с 5,15% до 5,6%;
- увеличение коммерческих расходов в 2020 году по сравнению с 2018 годом, с 3,47% до 3,93%;



- рост процентов к уплате с 0,45% до 0,6%;
- рост текущего налога на прибыль с 0,19% до 0,26%.

По результатам проведенного анализа экономических показателей хозяйственной деятельности ООО «Елецкий мясокомбинат» за период с 2018 года по 2020 год, а так же анализа прибыли и факторов, влияющих на ее изменение можно сделать вывод, что финансовое положение ООО «Елецкий мясокомбинат» является стабильным, но, как и у любого другого предприятия, есть ряд недостатков, отрицательно сказывающихся на платежеспособности и прибыльности предприятия в целом, которые были учтены в пункте 3 главы 2, также необходимо написать рекомендации по формированию и использованию прибыли в главе 3.

### **3 Совершенствование формирования и использования прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат»**

#### **3.1 Рекомендации по формированию и использованию прибыли ООО «Елецкий мясокомбинат»**

Основным источником роста капитала для каждой компании, в том числе и для нашей, является чистая прибыль. По данным на 2020 год, чистая прибыль ООО «Елецкий мясокомбинат» составила 10913 тысяч рублей. Несмотря на пандемию 2019-2020 годов, финансовое положение нашей компании в целом стабильно.

Кроме того, собственные средства компании могут увеличиться в результате последующих сделок:

- Переоценка основных средств с целью увеличения их балансовой (остаточной) стоимости;

- Акционерный капитал;

- Вклад учредителей в собственность компании (без изменения уставного капитала). В отличие от кредита или займа, этот вариант не означает возврата вложенных средств. В соответствии с пп. 3.4 п. 1 ст. 251 НК РФ активы, которые участник или акционер вносит в увеличение собственного капитала, не облагаются налогом на прибыль. В качестве ставки лучше потратить деньги, а не имущество, чтобы передающая сторона (если это организация, а не физическое лицо) не имела ставки НДС за бесплатную передачу активов.

Чтобы увеличить прибыль также необходимо:

- увеличение объёма продаж и выручки от продаж;

- снижение затрат ООО «Елецкий мясокомбинат».

Давайте рассмотрим наиболее важные способы увеличения нашей прибыли:

Увеличение уровня цен при стабильной доле затрат. В этом случае можно пойти несколькими путями. Во-первых, нам нужно увеличить объемы произ-

водства. Во-вторых, увеличить уровень отпускных цен. В-третьих, снизить транспортные расходы.

1. Увеличение прибыли за счет увеличения объема производства и реализации продукции:

Систематическое получение прибыли является необходимой целью для организации предприятия, поэтому доминирующей проблемой для компании должна быть разработка стратегии систематического увеличения прибыли и минимизации затрат. Задача многомерна и требует системного подхода.

Для того, чтобы сохранить привычные позиции, должны быть соблюдены строгие условия: выполнение поставок в рамках контрактных условий, поддержание требуемого качества. В то же время компания всегда должна быть готова изменить или расширить ассортимент, или даже переключить производство на новые виды продукции, если это соответствует требованиям рынка.

Важнейшая роль производства заключается в удовлетворении потребностей общества в качественных средствах производства, потребительских товарах и других экономических благах жизнеобеспечения. Продажа продукции включает в себя производство, доставку и оплату потребителями. Завершающим этапом работы компании является продажа продукции, которая обычно производится на основе финансовых соглашений с потребителями. К ним относятся количество и условия поставки, условия поставки товаров потребителю, фиксированные цены на продажу продукции, условия оплаты, юридическая ответственность за просрочку или оплату поставленной продукции и характер разрешения споров.

Предприятие – производитель должно оценить возможности сбыта своей продукции, а также прогноз производства и продаж.

Прогноз объема реализации – результат изучения таких факторов как:

- прошлый объем продаж;
- рыночная конъюнктура и ее возможные изменения;
- доходность продукции, ценовая политика;
- имеющиеся производственные мощности.

Как правило, работа по организации продаж продукции начинается с изучения рынка и маркетинговых исследований (мероприятия по определению потребностей рынка, доставке товаров и т.д.).

Поэтому основными маркетинговыми целями являются создание спроса, удовлетворение спроса путем доставки продукции нужным потребителям в нужное время и управление маркетингом, включая дизайн, маркетинг компании, организацию и внедрение, а также контроль за его реализацией.

Как и любой рынок, рынок мясных и колбасных изделий имеет свои специфические особенности. К их числу можно отнести:

- реализация продукции на данном рынке происходит круглый год;
- влияние природных условий на количество, качество и цену на сырье (мясо) и соответственно на себестоимость продукции;
- большое количество конкурентов на рынке.

В качестве меры увеличения прибыли предлагается расширить производство для более полного использования производственных мощностей, так как увеличение производственных мощностей снижает постоянные затраты, которые составляют основную часть затрат на производство материалов. Мясокомбинат может увеличить производство за счет внутренних средств предприятия, так как производственная мощность составляет чуть более 70%. В результате условно постоянные издержки производства снизятся. Однако повышение производительности труда увеличивает необходимость расширения рынка сбыта продукции и увеличения доли компании на региональном рынке. По результатам исследования рынка был сделан вывод, что доля рынка будет расти на 1-2% в год. Это возможно благодаря внедрению нового, более эффективного оборудования, которое увеличивает производство, снижает затраты на производство и техническое обслуживание. В результате цена за единицу снижается, что является самым важным фактором для большинства покупателей. Мясокомбинат намерен получить больше прибыли, так как продажи продукта будут расти по более низкой цене, чем у конкурентов. Для расчета показателя экономической эффективности мы ожидаем, что производство колбасных изделий увеличится

не менее, чем на 5% при более полном использовании производственных мощностей компании. Также предлагается расширить рынок новых продуктов и, таким образом, увеличить продажи на 5%. Колбасная продукция не нуждается в широкой рекламе, поэтому размер издержек ООО «Елецкий мясной комбинат» практически не меняется.

Рассчитаем потенциальный рост прибыли путем увеличения производства табличным методом. Результаты расчетов представлены в таблице 3.2.1.

## 2. Увеличение цены:

Цена 1 килограмма готовой продукции на ООО «Елецкий мясокомбинат» составляет в среднем 292 рублей.

По оценкам экспертов (руководитель финансово-экономического отдела и бухгалтер), средняя рыночная цена составляет 305 рублей за килограмм.

Увеличение цены приведет к росту прибыли. Если цена вырастет до 297 рублей (прирост 1,7%), то при прочих равных условиях это поможет увеличить прибыль от продажи с 10801 тысяч рублей до 10986 тысяч рублей. Абсолютное отклонение составляет 2220 тысяч рублей.

Повышение цен не приведет к потерям потребителей из-за спроса и качества продукции. Однако, в нашем случае мы применяем этот метод исключительно к исследуемой компании ООО «Елецкий мясокомбинат».

## 3. Для исследуемого предприятия ООО «Елецкий мясокомбинат» следует уменьшить транспортные расходы:

В 2020 году стоимость перевозки составила 983 тысячи рублей. Увеличение этих затрат связано с увеличением количества поставок готовой продукции. Для оптимизации количество продукта должно быть перераспределено для каждой партии. Логистическое исследование должно проводиться с точки зрения количества и объемов перевозок. Транспортные расходы могут быть снижены с помощью математической модели и оптимизации маршрутов.

Увеличение коэффициента полезного использования грузоподъемности и объема транспортного средства. Методы: формирование грузовых мест поставки по категориям товара, увеличение высоты и веса ящиков. Комбинированное

использование различных видов ящиков. Разработка стандартов упаковки товаров в грузовом отсеке. Создание и эксплуатация стандартных систем погрузки автотранспортных средств в зависимости от типа груза. В результате снизятся относительные затраты на поставку и цена доставки 1 кг продукции.

Для определения фиксированных цен на перевозку грузов независимо от веса, как правило, выбирают самую низкую цену, по которой обеспечивается поставка гарантированных ежемесячных, квартальных и годовых объемов перевозок контрагенту.

Разработка с транспортными компаниями дополнительных соглашений по требованиям, предъявляемым к упаковке и укладке товара в транспортных средствах, времени постановки транспортного средства под загрузку и разгрузку, что приведет к исключению дефектов при транспортировке товаров, своевременности и качеству предоставления услуг.

Разработка и внедрение электронных форм подачи заявок на транспортные средства.

Сокращение сроков поставки товара без изменения стоимости доставки, ограничение поставок между филиалами компании в период весенней распутицы.

Своевременное утверждение транспортных средств для разгрузки, что не влечет за собой штрафных санкций за простои транспортных средств.

Таким образом, использование транспортных средств с большей грузоподъемностью снижает затраты на доставку 1 кг продукции.

Автоматизация погрузочно-разгрузочных работ, сокращение времени погрузки и выгрузки товаров.

Математическое моделирование включает в себя следующие этапы:

– подсчет общего количества прибытий и отправлений из каждого района города;

– расщепление по способам передвижений, таким как пешие передвижения, передвижения с использованием общественного транспорта, передвижения на личном автомобиле и др.;

– расчет матриц корреспонденций, определяющих величину передвижений между каждой парой расчетных районов города;

– распределение корреспонденций по транспортной сети, т.е. определение всех дорог, выбираемых участниками движения, и определение количества передвижений по каждому пути.

Данное мероприятие снижает расходы до 760 тыс. руб. Абсолютное отклонение составляет 2676 тыс. руб.

Уменьшение себестоимости с увеличением цен. Данный метод возможен в условиях массового производства. Увеличение объема производства является основным принципом роста прибыли. Руководителю следует правильно определить цели и стратегию предприятия. В противном случае можно понести огромные убытки.

Конкурентами ООО «Елецкий мясокомбинат» являются ООО «Останкино-Липецк» и ООО «Мясокомбинат Бобровский». Следовательно, они же являются «барьерами» в получении большей прибыли. Поэтому необходимо либо нейтрализовать их, либо «затмить» клиентов своими ценами, сроками и качеством продукции. Чтобы привлечь внимание новых покупателей, мы должны создать больше функций и новых услуг, а также улучшить качество обслуживания и продуктов. Производство, условия и качество продукции должны сильно отличаться от конкурентов и привлекать покупателей. Следует проводить различные акции, дни скидок, поощрение постоянных клиентов и т.д.

Очень важную роль играют сотрудники компании, которые заинтересованы в клиенте, могут рассказать вам всю информацию об условиях работы, в которых находится эта организация, и обеспечить определенную систему сотрудничества. Сотрудники должны привлекать клиентов своими коммуникативными навыками. Многие компании используют возможность «застраховать» определенный продукт по определенной цене и на определенных условиях.

Большое количество организаций используют средства инвесторов для увеличения своей прибыли. «Вливание» денег очень выгодно, потому что сложно увеличить объем производства за счет собственных средств. Каждая

компания нуждается в совершенствовании своих технологий и оборудования. Со временем цены и затраты растут. Имея в обращении дополнительные средства, компания обновит себя и, таким образом, получит большую прибыль в будущем.

Во 2 пункте данной главы мы рассмотрим экономическую эффективность предложенных мероприятий.

### 3.2 Расчёт экономической эффективности от реализации предложенных рекомендаций

Расчёт эффективности мероприятия представим в таблице 3.2.1.

Таблица 3.2.1 – Расчет экономической эффективности для ООО «Елецкий мясокомбинат», полученного от мероприятий

Мероприятие	Затраты на мероприятие, тыс. руб.	Предполагаемый прирост выручки, %	Расчёт эффективности	Сумма эффективности, тыс. руб.
Увеличение объемов производства	3000	2,5	$ЭЭ=(1074643*2,5/100)-3000$	23866
Повышение цены на 1,7%	0	1,7	$ЭЭ=1074643*1,7/100$	18269
Применение математической модели при транспортировке	0	0,3	$ЭЭ=1074643*0,3/100$	3224
Итого	3000	4,5		45359

Таким образом, по мнению экспертов мясокомбината, эффективность от предложенных мероприятий составит 45359 тыс. руб. Экономическая эффективность от предложенных рекомендаций составила 4,5%, следовательно, стоит сделать прогноз прибыли с учетом внедренных мероприятий.

Таблица 3.2.2 – Прогноз прибыли с учетом внедренных мероприятий

Показатель прибыли	2018	2019	2020	Прогноз на 2021
Прибыль от продаж, тыс. руб.	8 542	12 238	10 801	11287
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	6 746	8 288	13 762	14381
Чистая прибыль, тыс. руб.	5 308	6 551	10 913	11404



Рассмотрим данную динамику прибыли на рисунке 3.2.1.

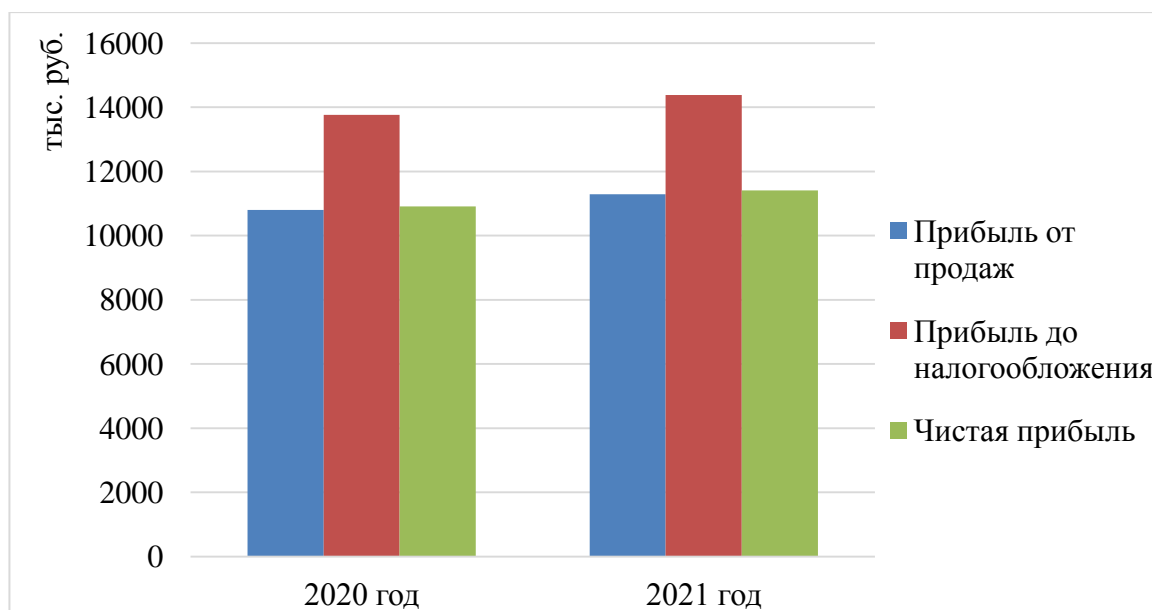


Рисунок 3.2.1 – Прибыль и её прогнозируемое значение.

Таким образом, наглядно представлена положительная динамика прибыли на 2021 год с учетом предложенных мероприятий, также прибыль еще можно увеличить за счет собственного капитала ООО «Елецкий мясокомбинат» за счет вноса учредителей в имущество общества (без изменения уставного капитала). Этот вариант не предполагает возвратности вложенных средств, в отличие от кредита или займа. Согласно пп. 3.4 п. 1 ст. 251 Налогового кодекса РФ средства, внесенные участником или акционером для увеличения чистых активов, не облагаются налогом на прибыль. В качестве вноса лучше использовать деньги, а не имущество, чтобы у передающей стороны (если это организация, а не физическое лицо) не возникла база по НДС с безвозмездной передачи имущества.

## Заключение

Прибыль — это один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности предприятий. За счет прибыли осуществляются финансирование мероприятий по научно - техническому и социально-экономическому развитию предприятий. Увеличение фонда оплаты труда их работников. Оно является не только источником обеспечения внутривозрастных потребностей предприятий, но приобретает все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов. Главная цель управления прибылью максимизация благосостояния собственников в текущем и перспективном периоде.

Наименование исследуемого предприятия – ООО «Елецкий мясокомбинат»

ООО «Елецкий мясокомбинат» является одним из старейших предприятий пищевой промышленности Липецкой области.

Производство находится по адресу: Липецкая область, г. Елец, ул. Промышленная, д. 90, оф. 202.

Целью ООО «Елецкий мясокомбинат» является извлечение прибыли.

Согласно Уставу, у ООО «Елецкий мясокомбинат» имеются как гражданские права, так и гражданские обязанности, без которых невозможно осуществление каких-либо видов деятельности, не запрещенных федеральными законами. Отдельными видами деятельности, перечень которых определен федеральными законами, Общество может заниматься только на основании полученной лицензии.

ООО «Елецкий мясокомбинат» осуществляет следующие основные и дополнительные виды деятельности:

- 10.11 Переработка и консервирование мяса;
- 10.12 Производство и консервирование мяса птицы;
- 10.13 Производство продукции из мяса убойных животных и мяса птицы;

- 10.41.5 Производство рафинированных растительных масел и их фракций;
- 10.92 Производство готовых кормов для непродуктивных животных;
- 41.20 Строительство жилых и нежилых зданий;
- 46.17 Деятельность агентов по оптовой торговле пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями;
- 46.32.1 Торговля оптовая мясом и мясом птицы, включая субпродукты;
- 46.41.2 Торговля оптовая галантерейными изделиями;
- 46.69 Торговля оптовая прочими машинами и оборудованием;
- 46.90 Торговля оптовая неспециализированная;
- 47.11 Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах;
- 52.29 Деятельность вспомогательная прочая, связанная с перевозками;
- 77.33.2 Аренда и лизинг вычислительных машин и оборудования;
- 77.39.2 Аренда и лизинг прочих машин и оборудования, не включенных в другие группировки.

Организационно-правовая форма – согласно выписке ЕГРЮЛ (Приложение Г), ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ.

Форма собственности – частная.

Учредительным документом является Устав.

Органами управления Общества являются:

- собрание участников;
- совет директоров;
- генеральный директор.

Тип организационной структуры – линейно-функциональная.

Преимущества Общества с ограниченной ответственностью:

- Ограниченная ответственность

Общество с ограниченной ответственностью заимствует это преимущество у корпораций. Компания существует как отдельное юридическое лицо, кото-

рое защищает своих членов от личной ответственности по деловым обязательствам;

- Налоговые льготы

Закон трактует доход Общества с ограниченной ответственностью как доход его членов/собственников. Это означает, что члены общества с ограниченной ответственностью могут избежать двойного налогообложения доходов от предпринимательской деятельности, как это имеет место в корпорации. В случае корпораций прибыль компании сначала облагается налогом по ставке корпоративного налога, а затем переходит в руки акционеров в качестве налога на доходы физических лиц;

- Гибкость распределения доходов

Общество с ограниченной ответственностью предлагает гибкость с точки зрения распределения прибыли бизнеса. Таким образом, прибыль бизнеса в этой форме не обязательно должна распределяться поровну или в соотношении вклада капитала партнеров. В обществах с ограниченной ответственностью участники могут свободно делить прибыль своего бизнеса в соотношении, которое они считают целесообразным. Это соотношение, однако, должно соответствовать правилам налоговой службы о распределении доходов от партнерства;

- Простота

Еще одним хорошим преимуществом обществ с ограниченной ответственностью является то, что они относительно легко создаются и управляются, чем корпорации. В то время как регистрация корпорации – это беспокойный и дорогостоящий процесс, все, что требуется по закону для создания общества с ограниченной ответственностью – решение о создании юридического лица, если один участник; договор об учреждении и протокол общего собрания, если участников несколько; устав ООО. Кроме того, в то время как корпорация требует регулярных собраний акционеров и т. д., общество с ограниченной ответственностью не требует соблюдения таких формальностей;

- Контроль

Наконец, владельцы общества с ограниченной ответственностью имеют преимущество прямого контроля над бизнесом. В отличие от корпораций, где у компании должны быть должностные лица (генеральный директор, финансовый директор и т. д.) и совет директоров, все члены общества с ограниченной ответственностью свободны непосредственно управлять компанией и вести бизнес в любом направлении, в котором они хотят.

Недостатки Общества с ограниченной ответственностью:

– Трудно привлечь капитал

Общество с ограниченной ответственностью, как правило, имеет те же два источника привлечения средств, что и корпорация: собственный капитал и заемный. Привлечение средств через акционерный капитал означает продажу доли собственности в бизнесе. Это также будет означать добавление еще одного участника (или нескольких) в список членов. Таким образом, будет еще один участник (или больше), чтобы разделить прибыль. Существующим учредителям, возможно, придется разделить полномочия по принятию решений с новым участником.

Коэффициент автономии ликвидности и коэффициент текущей ликвидности за период с 2018 года по 2020 год находились на низком уровне, следовательно, нужно рассмотреть следующие варианты для повышения ликвидности:

1. Одним из способов быстрого улучшения коэффициента ликвидности компании является использование счетов зачистки, которые переводят средства на счета с более высокой процентной ставкой, когда они не нужны, и обратно на легкодоступные счета, когда это необходимо. Погашение обязательств также быстро улучшает коэффициент ликвидности, а также сокращает краткосрочные накладные расходы, такие как аренда, рабочая сила и маркетинг.

2. Дополнительные средства повышения коэффициента ликвидности компании включают использование долгосрочного, а не краткосрочного финансирования для приобретения запасов или финансирования проектов. Снятие краткосрочной задолженности с баланса позволяет компании сохранить некоторую ликвидность в ближайшей перспективе и лучше использовать ее.

3. Чтобы улучшить коэффициент ликвидности компании в долгосрочной перспективе, полезно также взглянуть на дебиторскую и кредиторскую задолженность. Убедиться, что счета клиентам выставляются как можно быстрее, и они платят вовремя. Когда дело доходит до кредиторской задолженности, нужно убедиться в обратном – более длительные циклы оплаты выгодны для компании, которая пытается улучшить свой коэффициент ликвидности. Зачастую можно договориться о более длительных условиях оплаты с некоторыми поставщиками.

В ходе работы были изучены теоретические основы анализа прибыли, а также был произведен анализ и предложены рекомендации по формированию и использованию прибыли на предприятии, рассчитана сумма экономической эффективности от предложенных мероприятий.

Во-первых, было предложено увеличение объема производства и реализации продукции, эффективность данного мероприятия составляет 23866 тыс. руб.

Во-вторых, увеличение цены. За счет этого мероприятия чистая прибыль может увеличиться на 491 тыс. руб.

И наконец, третьим предложенным мероприятием было сокращение транспортных расходов, это позволит снизить их на 3224 тыс. руб. По предложенным мероприятиям рассчитана эффективность от их предполагаемой реализации. Таким образом, задачи, поставленные в выпускной квалификационной работе, выполнены.

## **Список использованной литературы**

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 20.04.2021).
2. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 20.04.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 20.05.2021).
3. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 (с изм. и доп.).
4. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 (с изм. и доп.).
5. Федеральный закон от 02.01.2000 N 29-ФЗ (ред. от 13.07.2020) «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
6. Алексеева, А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. - Москва: КноРус, 2016. - 706 с.
7. Арефьев П.В., Ачилова М.Я., Будкевич Г.В., Екатериновская М.А., Колдунья Г.В., Корольков В.Е., Найденова Е.М., Николайчук О.А., Нуреев Р.М., Орусова О.В., Перова И.Т., Петухов В.А., Скалкин В.В., Соловых Н.Н., Терская Г.А., Цхададзе Н.В. Макроэкономика: пособие для семинарских занятий / Москва, 2017. Издательство: Норма: Инфра-М.
8. Бабак Л.Н., Гафорова Е.Б., Денисевич Е.И., Дроздов И.Н., Ершова Т.В., Жохова В.В., Меркушова Н.И., Султанова А.А., Хегай Е.В. ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ: СУЩНОСТЬ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ИССЛЕДОВАНИЯХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. Владивосток, 2017. Издательство: Дальневосточный федеральный университет.
9. Бариленко В.И., Бердников В.В., Ефимова О.В., Сергеева Г.В., Керимова Ч.В. КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Учебник и практикум / Москва, 2017. Сер. 58 Бакалавр. Академический курс (1-е изд.). Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство ЮРАЙТ».

10. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Т.Б. Бердникова — М. ЮНИТИ, 2018. – 391 с.

11. Бережной В.И., Бережная Е.В. ЛОГИСТИКА. Учебное пособие для подготовки бакалавров по направлениям 38.03.01 «Экономика». 38.03.02 «Менеджмент» / Москва, 2017. Издательство: Издательство «Русайнс».

12. Боргард Е.А., Козлова Н.П., Крайнева Р.К., Пипко Е.Г., Рожков И.В., Стыцюк Р.Ю., Толмачева О.В., Фирсов Ю.И., Фирсова И.А. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА. Учебник / Москва, 2017. Сер. 68 Профессиональное образование. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство ЮРАЙТ»

13. Бороненкова С.А., Мельник М.В., Чепулянис А.В. АНАЛИЗ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ. Екатеринбург, 2017. Издательство: Уральский государственный экономический университет.

14. Билалова, Л.А., Насретдинова, З.Т. Анализ показателей рентабельности предприятия / Л.А. Билалова, З.Т. Насретдинова //Международный студенческий научный вестник. 2018. № 5-5. С. 665-665а.

15. Бузаева, Н.А. Анализ прибыльности и рентабельности предприятия / Н.А. Бузаева // Научно-исследовательские публикации. 2014. № 4 (8). С. 136-139.

16. Быдтаева Э.Е. АНАЛИЗ И ДИАГНОСТИКА ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ. Учебно-методическое пособие / Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова. Владикавказ, 2017. Издательство: СОГУ им. К.Л. Хетагурова.

17. Герасимова В.Д., Прохоренко А.А., Марусева И.В., Шеремет А.Д., Игольников Г.Л. АНАЛИЗ И ДИАГНОСТИКА ФИНАНСОВО-



ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. Москва, 2017. Издательство: Издательство «КноРус».

18. Горский И.В., Колчин С.П., Пайзулаев И.Р., Смирнова Е.Е., Ермолаев В.Н., Гончаренко Л.И. НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ. Учебник и практикум / Москва, 2017. Сер. 68 Профессиональное образование (2-е изд., пер. и доп). Издательство: Издательство Юрайт.

19. Гребенников П.И., Тарасевич Л.С., Леусский А.И. МИКРОЭКОНОМИКА. Учебник и практикум / Москва, 2017. Сер. 58 Бакалавр. Академический курс (8-е изд., пер. и доп). Издательство: Издательство Юрайт.

20. Гульпенко К.В., Тумашик Н.В. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ В ОТРАСЛЯХ ЭКОНОМИКИ: учебное пособие / Москва, 2017. Издательство: Издательство Проспект.

21. Дрыночкин А.В., Казачкова М.Е. АНАЛИЗ ПРОМЫШЛЕННОГО И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА. Москва, 2017. Издательство: Дипломатическая академия Министерства иностранных дел Российской Федерации.

22. Единак Е.А., Конюхова Г.П., Бритвина В.В., Муханов С.А. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Москва, 2017. Издательство: Фагот-Инжиниринг.

23. Зборина И.М. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ: учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей / Пинск, 2017. Издательство: Полесский государственный университет.

24. Иванов С.В. ОСНОВЫ АНАЛИЗА БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ. Учебное пособие / Дзержинск, 2017. Издательство: Конкорд.

25. Иовлева О.В. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ. Учебное пособие / Екатеринбург, 2017. Издательство: Издательский Дом «Ажур».

26. Касаева Т.В., Бугаев А.В., Коваленко Ж.А., Дулебо Е.Ю., Линник М.В., Соловьева А.В. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ. Ви-

тебск, 2017. (издание 2-е, стереотипное) Издательство: Витебский государственный технологический университет.

27. Карпов А.Л. ОСНОВЫ КОНКУРЕНЦИИ И УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ: учебное пособие / Омск, 2017. Издательство: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского.

28. Клявлинка Я.М. МАРКЕТИНГ. Учебно-методическое пособие к проведению практических занятий / Уфа, 2017. Издательство: Уфимский государственный нефтяной технический университет.

29. Куценко Е.И. ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ. Оренбург, 2017. Издательство: Оренбургский государственный университет

30. Лифиц И.М. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ И УСЛУГ. Учебное пособие / Москва, 2017. Сер. 58 Бакалавр. Академический курс (3-е изд., пер. и доп). Издательство: Издательство Юрайт.

31. Лукинский В.С., Лукинский В.В., Плетнева Н.Г. ЛОГИСТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК: учебник и практикум для академического бакалавриата / Москва, 2017. Сер. Бакалавр. Академический курс. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство ЮРАЙТ».

32. Минько Э.В., Минько А.Э. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И ПРОЦЕССОВ. Учебное пособие / Саратов, 2017. Издательство: Ай Пи Эр Медиа.

33. Минько Э.В., Минько А.Э. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. Учебное пособие / Саратов, 2017. Издательство: Ай Пи Эр Медиа.

34. Новосадов С.А. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений, изучающих экономические дисциплины по направлению подготовки «Менеджмент», квалификация / Обнинск, 2017. Издательство: Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ».

35. Оноприенко Ю.Г., Натенадзе Э.Д. УЧЕТ И АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ. Волгоград, 2017. Издательство: Волгоградский государственный технический университет.

36. Пахомова А.И., Черкесова Э.Ю., Буряков С.А. АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ КОНЪЮНКТУРЫ: учебное пособие для обучающихся укрупненной группы 38.00.00 «Экономика и управление» / Новочеркасск, 2017. Издательство: Лик.

37. Пономарева Е.К., Минаева О.А. БУХГАЛТЕРСКАЯ (ФИНАНСОВАЯ) ОТЧЕТНОСТЬ И ЕЕ АНАЛИЗ. Волгоград, 2017. Издательство: Волгоградский государственный технический университет.

38. Порядина И.В. ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ. Тюмень, 2017. Издательство: Сибирский университет потребительской кооперации.

39. Резник Г.А., Курдова М.А. ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УЧЕНЫХ. Учеб. пособие по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» / Пенза, 2017. Издательство: Пензенский государственный университет архитектуры и строительства.

40. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ. Учебное пособие для студентов вузов по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» (080109), слушателей курсов по подготовке и переподготовке бухгалтеров и аудиторов / Москва, 2017. Издательство: ЮНИТИ-ДАНА.

41. Сигидов Ю.И., Ясменко Г.Н., Оксанич Е.А., Рыбьянцева М.С., Бабалыкова И.А. БУХГАЛТЕРСКАЯ (ФИНАНСОВАЯ) ОТЧЕТНОСТЬ. Учебник / Москва, 2017. Сер. Высшее образование: Бакалавриат. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М».

42. Синяева И.М., Жильцова О.Н., Земляк С.В., Синяев В.В. ОСНОВЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник / Москва, 2017. Сер. 68 Профессиональное образование. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство ЮРАЙТ».

43. Скрипченко Т.Л., Ледовская И.И. МЕНЕДЖМЕНТ. Белгород, 2017. Издательство: Белгородский университет кооперации, экономики и права.

44. Соколов А.Ю., Борковой В.И., Акимова Н.А. ОПТИМИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ. Учебное пособие / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова». Москва, 2017. Издательство: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова».

45. Туровец О.Г., Родионова В.Н. ОРГАНИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ: конспект лекций / Воронеж, 2017. Издательство: Воронежский государственный технический университет.

46. Хахонова Н.Н., Богатая И.Н., Кушнаренко Т.В., Вахрушева О.Б., Эфендиева Г.А., Емельянова И.Н., Панкова С.В., Кольцова Т.А., Крутских Р.В., Кувалдина Т.Б., Алексеева И.В., Бахтеев А.В. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ОТЧЕТНОСТЬ. Электронное издание: комплект презентаций / Москва, 2017. Сер. Высшее образование. Издательство: Издательский Центр РИОР.

## Приложение А

### Бухгалтерский баланс

Наименование показателя	Код	31.12.20	31.12.19	31.12.18
<b>АКТИВ</b>				
<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
Основные средства	1150	156 496	96 145	62 384
Отложенные налоговые активы	1180	342	36	36
<b>Итого по разделу I</b>	<b>1100</b>	<b>156 838</b>	<b>96 181</b>	<b>62 420</b>
<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
Запасы	1210	120 248	131 191	106 380
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	274 041	219 686	201 674
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	27 900	6 650	20 000
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 500	31 002	6 399
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0
<b>Итого по разделу II</b>	<b>1200</b>	<b>423 689</b>	<b>388 529</b>	<b>334 453</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	<b>580 527</b>	<b>484 710</b>	<b>396 873</b>
<b>ПАССИВ</b>				
<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	30	30	30
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	10 913	6 551	5 308
<b>Итого по разделу III</b>	<b>1300</b>	<b>10 943</b>	<b>6 581</b>	<b>5 338</b>
<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
Заемные средства	1510	95 792	67 599	33 440
Кредиторская задолженность	1520	473 792	410 530	358 095
<b>Итого по разделу V</b>	<b>1500</b>	<b>569 584</b>	<b>478 129</b>	<b>391 535</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>1700</b>	<b>580 527</b>	<b>484 710</b>	<b>396 873</b>

## Приложение Б

### Отчет о финансовых результатах (прибылях и убытках)

Финансовые результаты представлены в стандартном виде, по ф  
Минфина РФ от 02.07.2010 N 66н. Если в отчетности цифры за с  
представленных ранее, мы отдаем приоритет более поздним дан

Наименование показателя	Код	2020	2019	2018
Выручка	2110	1 074 643	888 230	805 303
Себестоимость продаж	2120	(960 659)	(777 066)	(729 497)
Валовая прибыль (убыток)	2100	113 984	111 164	75 806
Коммерческие расходы	2210	(60 645)	(46 220)	(38 188)
Управленческие расходы	2220	(42 538)	(52 706)	(29 076)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	10 801	12 238	8 542
Доходы от участия в других организациях	2310	0	47	0
Проценты к получению	2320	256	619	235
Проценты к уплате	2330	(6 493)	(4 008)	(352)
Прочие доходы	2340	18 897	15 836	36 803
Прочие расходы	2350	(9 699)	(16 444)	(38 482)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	13 762	8 288	6 746
Налог на прибыль	2410	(2 849)	(1 737)	(1 438)
текущий налог на прибыль (до 2020 г. это стр. 2410)	2411	(2 849)	(1 737)	(1 438)
Изменение отложенных налоговых активов	2450	0	0	0
Чистая прибыль (убыток)	2400	10 913	6 551	5 308
СПРАВОЧНО				
Совокупный финансовый результат периода	2500	10 913	6 551	5 308

## Приложение В

Наименование показателя	Код	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	Абсолютное отклонение, +/-			Относительное отклонение, %		
					2020-2019	2019-2018	2020-2018	2020/2019	2019/2018	2020/2018
АКТИВ										
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ										
Основные средства	1150	156 496	96 145	62 384	60 351	33 761	94 112	163%	154%	251%
Отложенные налоговые активы	1180	342	36	36	306	0	306	950%	100%	950%
Итого по разделу I	1100	156 838	96 181	62 420	60 657	33 761	94 418	163%	154%	251%
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ										
Запасы	1210	120 248	131 191	106 380	-10 943	24 811	13 868	92%	123%	113%
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%
Дебиторская задолженность	1230	274 041	219 686	201 674	54 355	18 012	72 367	125%	109%	136%
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	27 900	6 650	20 000	21 250	-13 350	7 900	420%	33%	140%
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 500	31 002	6 399	-29 502	24 603	-4 899	5%	484%	23%
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%
Итого по разделу II	1200	423 689	388 529	334 453	35 160	54 076	89 236	109%	116%	127%
БАЛАНС	1600	580 527	484 710	396 873	95 817	87 837	183 654	120%	122%	146%
ПАССИВ										
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ										
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	30	30	30	0	0	0	100%	100%	100%
Нераспределенная прибыль (не покрывший убыток)	1370	10 913	6 551	5 308	4 362	1 243	5 605	167%	123%	206%
Итого по разделу III	1300	10 943	6 581	5 338	4 362	1 243	5 605	166%	123%	205%
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА										
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА										
Заемные средства	1510	95 792	67 599	33 440	28 193	34 159	62 352	142%	202%	286%
Кредиторская задолженность	1520	473 792	410 530	358 095	63 262	52 435	115 697	115%	115%	132%
Итого по разделу V	1500	569 584	478 129	391 535	91 455	86 594	178 049	119%	122%	145%
БАЛАНС	1700	580 527	484 710	396 873	95 817	87 837	183 654	120%	122%	146%



# Приложение Г

## ВЫПИСКА из Единого государственного реестра юридических лиц

02.05.2021

№ ЮЭ9965-21-  
136476137

дата формирования выписки

Настоящая выписка содержит сведения о юридическом лице

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ЕЛЕЦКИЙ МЯСОКОМБИНАТ"**

полное наименование юридического лица

**ОГРН** 1 1 4 4 8 2 8 0 0 0 4 6 0

включенные в Единый государственный реестр юридических лиц по состоянию на

« 02 » мая 20 21 г.

число

месяц прописью

год

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя
1	2	3
<b>Наименование</b>		
1	Полное наименование на русском языке	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ЕЛЕЦКИЙ МЯСОКОМБИНАТ"
2	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	1144828000460 06.03.2014
3	Сокращенное наименование на русском языке	ООО "ЕЛЕЦКИЙ МЯСОКОМБИНАТ"
4	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	1144828000460 06.03.2014
<b>Место нахождения и адрес юридического лица</b>		
5	Место нахождения юридического лица	ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ Г. ЕЛЕЦ
6	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	1144828000460 06.03.2014
7	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи об исправлении технической ошибки в указанных сведениях	2204800274611 24.12.2020
8	Адрес юридического лица	399780 ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ Г. ЕЛЕЦ УЛ. ПРОМЫШЛЕННАЯ Д.90 КВ.202
9	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	1144828000460 06.03.2014
10	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи об исправлении технической ошибки в указанных сведениях	2204800274611 24.12.2020

Выписка из ЕГРЮЛ  
02.05.2021 00:12

ОГРН 1144828000460

Страница 1 из 11