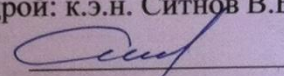


Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет экономики и управления
Кафедра банковского дела
Программа высшего образования
Направление «Экономика»
Профиль «Финансы и кредит»

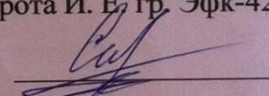
ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой: к.э.н. Ситнов В.В.



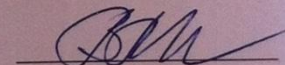
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
«Управление финансовыми результатами предприятия»

Выполнил: Сирота И. Е., гр. Эфк-42



Научный руководитель: к.т.н. доцент

Павлович В. Е.



Самара

2017 г.

Оглавление

Введение	3
1. Теоретические аспекты управления финансовыми результатами предприятия.....	5
1.1. Анализ прибыли в показателях рентабельности и деловой активности.....	5
1.2. Управление прибылью через повышение эффективности центров финансовой ответственности.....	14
1.3. Финансовый результат как объект оценки и анализа.....	18
1.4. Инновационное развитие как инструмент улучшения финансовых результатов.....	22
2. Анализ финансовой деятельности АО «Самарский жиркомбинат».....	26
2.1. Характеристика и основные технико-экономические показатели.....	26
2.2. Анализ финансового результата предприятия.....	38
3. Инвестиционный проект о расширении производственных мощностей.....	44
3.1. Концепция и характеристика проекта.....	44
3.2. План продаж.....	48
3.3. Расчет окупаемости проекта.....	52
Заключение	56
Список использованной литературы	58
Приложение.....	61
Приложение 1. Организационная структура управления АО «Самарский жиркомбинат»	
Приложение 2. Оборудование	

Введение

Для любого предприятия получение финансового результата, означает признание рынком нужности и ценности его деятельности или получение дохода от продажи выпущенной продукции и оказания им услуг своим клиентам.

Актуальность темы, данной выпускной квалификационной работы выражается в следующем. Грамотное управление финансовыми результатами предприятия предоставляет возможность быть конкурентоспособным участником рынка, иметь финансово-устойчивое состояние, а соответственно эффективно вести свою деятельность. В совокупности этих факторов, предприятие становится привлекательным для инвестирования, впоследствии, что возможно приведет еще к более улучшенным показателям финансовых результатов.

Цель работы – исследовать возможность применения инструментов управленческого учета на предприятии для увеличения его прибыли.

Для решения поставленной цели были определены следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические аспекты управления финансовыми результатами деятельности организации;
2. Провести анализ и дать субъективную оценку финансовых результатов деятельности масложирового предприятия.
3. Рассмотреть пути увеличения прибыли масложирового предприятия.

Объектом исследования данной выпускной квалификационной работы является финансово-хозяйственная деятельность масложирового предприятия.

Предметом исследования является система управления финансовыми результатами деятельности предприятия.

При выполнении данной работы применяются следующие методы и приемы финансово-экономического анализа: метод сравнений, балансовый метод, горизонтальный и вертикальный анализ, абсолютные и относительные величины, прямой факторный анализ.

Информационной базой для решения поставленных в выпускной квалификационной работе задач послужила бухгалтерская отчетность масложирового предприятия: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств.

Вопросам управления финансовыми результатами коммерческих предприятий посвящены труды следующих авторов: Артеменко В. Г., Баханькова Е. Р., Вахрушева О. Б., Лысенко Д. В. и другие.

В ходе выполнения данной работы были изучены методы управления финансовыми результатами, проведена диагностика финансового состояния предприятия и предложения по улучшению финансового результата предприятия.

Практическая важность этой работы заключается в глубоком анализе финансовых результатов деятельности предприятия и выявлении ресурсов по их улучшению. Применение на практике, изложенных в работе методов совершенствования, даст возможность организации получить дополнительную прибыль.

1. Теоретические аспекты управления финансовыми результатами предприятия

1.1. Анализ прибыли в показателях рентабельности и деловой активности

В современных экономических условиях рынка, деятельность каждого субъекта бизнеса, является предметом внимания большого круга участников рыночных взаимоотношений, имеющих интерес в том, чтобы он эффективно вел свою хозяйственную деятельность. Для того, чтобы создавать условия выживаемости предприятия, управленческому персоналу организации, важно, прежде всего, иметь способность реально оценивать финансово-экономическое состояние, как своего предприятия, так и действующих на рынке потенциальных конкурентов [8].

Финансовым результатом (далее ФР), который определяет эффективность деятельности организации является прибыль.

Прибыль – это разница между доходами и расходами предприятия, за рассматриваемый период [7].

Доходы – это увеличение экономических выгод в результате поступления активов и погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации [11].

Расходы – это уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и возникновение обязательств, приводящее к уменьшению капитала организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) [11].

Существует несколько видов прибыли, которые, отражаются в отчете о финансовых результатах: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистая прибыль, нераспределенная прибыль, маржинальная прибыль [9].

Валовая прибыль – это разница между выручкой предприятия и себестоимостью, реализованной продукции [10].

Прибыль от продаж – это разница между валовой прибылью и коммерческими и управленческими расходами.

Прибыль до налогообложения – это прибыль от продаж с учетом доходов и расходов от непроизводственной деятельности [12].

Чистая прибыль – это разница между прибылью до налогообложения и налогом на прибыль.

Налогообложение прибыли в Российской Федерации установлено 25 главой Налогового кодекса РФ, введенной в действие с 1 января 2002 года. Изменилось определение объекта налогообложения - то есть налогооблагаемой прибыли. Объектом налогообложения по налогу на прибыль организаций согласно Налоговому кодексу является прибыль, полученная налогоплательщиком. Ставка налога на прибыль до 01.01.2009 года составляла 24 %, с 01.01.2009 года - 20 % [2].

Нераспределенная прибыль – это разница между чистой прибылью за период, отчислениями в резервный капитал и начисленными дивидендами собственникам.



Рисунок 1 – Порядок формирования прибыли

Финансовый результат завершает цикл деятельности организации, который связан с производством и реализацией продукта (выполненных работ, оказанных услуг) и одновременно является условием следующего этапа его деятельности. Высокие показатели ФР деятельности организации дают гарантию на укрепление бюджета государства путем налоговых изъятий, помогают развитию его привлекательности для инвесторов, а также, росту его деловой активности в производственной и финансовой областях. Соответственно определение экономического состояния финансового результата деятельности организации, изучение его видов, раскрытие задач анализа и формирование методики проведения анализа занимают главное место в комплексном экономическом анализе хозяйственной деятельности организации [15].

Цель анализа финансовых результатов – определить способность организации, получать прибыль в будущем, причем в необходимом для развития размере. Для выполнения этой цели каждая организация применяет различные виды и методы анализа ФР (прибыли).

Анализ прибыли предполагает собой процесс исследования условий и результатов ее формирования и использования для выявления резервов с целью повышения эффективности деятельности организации.

Основным объектом анализа ФР является прибыль организации. Следовательно, важнейшая роль прибыли в развитии предприятия определяется необходимостью постоянного управления ею в целях повышения эффективности хозяйственной деятельности. Управление прибылью (далее УП) предполагает собой процесс выработки и принятия управленческих решений руководящим персоналом предприятия по всем основным аспектам ее планирования, формирования, распределения и использования.

Все управленческие решения в области формирования и использования прибыли связаны между собой и влияют на итоговые результаты деятельности организации. Следовательно, подготовка каждого управленческого решения по формированию, распределению и использованию прибыли должна иметь альтернативные возможности. Соответственно сама система УП должна быть динамичной и учитывать изменения факторов внешней среды, ресурсного

потенциала, форм организации и управления предприятием и т.д. УП (и непосредственно финансовыми результатами) должно учитывать не только тактические цели организации, но и стратегические.

Целями проведения экономического анализа финансовых результатов являются:

- своевременное обеспечение руководства предприятия и его финансово-экономических служб данными, позволяющими дать объективную оценку результатам деятельности организации в различных сферах хозяйственной деятельности за отчетный год в сравнении с предыдущим годом, рядом прошедших финансовых периодов, с бизнес-планом, результатами деятельности других организаций;

- выявление факторов, которые повлияли на изменение показателей ФР и резервов роста прибыли;

- разработка плана действий по максимизации прибыли организации;

- разработка предложений по использованию прибыли организации после налогообложения.

Для достижения поставленных целей в ходе анализа ФР решаются следующие задачи:

- разработка информационного механизма анализа ФР, позволяющего своевременно получать и предоставлять достоверную и полную информацию для его проведения в различных направлениях и соответствующих уровнях, аспектах и резервах;

- анализ и оценка уровня прибыли, который достигла организация, в абсолютных и относительных показателях;

- анализ воздействия на финансовые результаты инфляционных процессов в экономике и изменений в нормативно-законодательных актах в области формирования затрат и ФР деятельности организации;

- выявление факторов (внутренних и внешних), которые повлияли на величину прибыли, и резервов ее повышения;

- анализ взаимосвязи затрат, объема производства и прибыли в целях повышения ее величины;

- анализ распределения и использования прибыли;
- прогнозирование ФР и разработка мероприятий по их достижению.

В процессе анализа используют разнообразные приемы, методы и способы анализа, которые дают возможность получить качественную и количественную оценку ФР деятельности организации. К ним можно отнести:

1. Горизонтальный анализ. Дает характеристику и оценку изменений показателей за отчетный период.

2. Вертикальный анализ. Характеризует удельный вес каждого показателя в общем итоге (валюте) баланса организации.

3. Сравнительный анализ. Позволяет оценивать любой показатель. Причем чем больше баз сравнения, тем глубже результаты исследования. Здесь плановые показатели сравниваются с ожидаемыми или фактическими показателями за предплановый период для изучения качества планирования, обоснованности, напряженности планов. Сравнительный анализ должен проводиться по однотипным группам предприятий с сопоставимыми условиями работы [18].

4. Относительные величины. Применяются для формирования дополнительной информации о характеристике абсолютных значений, изучаемых показателей. Они определяются делением одной абсолютной величины показателя на другую, которая является базой сравнения. Наиболее часто используемыми среди относительных величин являются:

- проценты применяются при изучении степени выполнения планов, структурных показателей, уровней расходов, доходности, рентабельности и т.д.

- коэффициенты определяются отношением двух взаимосвязанных показателей, один из которых принимается за единицу.

5. Балансовый метод. Путем сравнения балансовых аналитических таблиц и расчетов проходит комплексное исследование состава, размещения, использования и источников формирования активов предприятия, покрытия дебиторской задолженности кредиторской, расходов – доходами и т.п. Данный способ дает возможность, главным образом отразить соотношения, пропорции двух групп взаимосвязанных экономических показателей, итоги которых должны быть тождественными [19].

Показатели рентабельности.

Рентабельность – относительный показатель экономической эффективности. Рентабельность дает возможность увидеть степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов. Коэффициент рентабельности рассчитывается как отношение прибыли к активам, ресурсам или потокам, её формирующим. Может выражаться как в прибыли на единицу вложенных средств, так и в прибыли, которую несёт в себе каждая полученная денежная единица. Показатели рентабельности зачастую выражаются в процентах.

Существует несколько основных показателей рентабельности:

Рентабельность активов – это показатель, который показывает размер прибыли, получаемый предприятием с каждого рубля, авансированного на формирование активов [17].

$$P_{\text{акт}} = \frac{\text{Пот продаж}}{A_{\text{ср}}}, \quad (1)$$

где $P_{\text{акт}}$ – Рентабельность активов;

Пот продаж – прибыль от реализации продукции;

$A_{\text{ср}}$ – средняя величина активов предприятия.

Рентабельность оборотных активов – это показатель, который показывает размер прибыли предприятия, получаемый с каждого рубля, вложенного в текущие активы организации.

$$P_{\text{об акт}} = \frac{\text{Пот продаж}}{A_{\text{об}}}, \quad (2)$$

где $P_{\text{об акт}}$ – рентабельность оборотных активов;

Пот продаж – прибыль от реализации;

$A_{\text{об}}$ – величина текущих активов предприятия.

Рентабельность инвестированного капитала – это показатель, который отражает доходность, полученную предприятием, с каждого рубля привлеченного капитала из внешних источников [20].

$$P_{\text{ин кап}} = \frac{\text{П опер}}{K_{\text{инвест}}}, \quad (3)$$

где $P_{\text{ин кап}}$ – рентабельность инвестированного капитала;

$\Pi_{\text{опер}}$ – операционная прибыль за вычетом налогов;

$K_{\text{инвест}}$ – заемный капитал, инвестированный в основную деятельность предприятия.

Рентабельность продаж – это показатель, который отражает долю прибыли в каждом рубле дохода организации [24].

$$R_{\text{продаж}} = \frac{\Pi_{\text{от продаж}}}{V}, \quad (4)$$

где $R_{\text{продаж}}$ – рентабельность продаж;

$\Pi_{\text{от продаж}}$ – прибыль предприятия от реализации продукции;

V – выручка предприятия.

Рентабельность продукции – это показатель, который отражает эффективность производства реализованной продукции [21].

$$R_{\text{прод}} = \frac{\Pi_{\text{от продаж}}}{C}, \quad (5)$$

где $R_{\text{прод}}$ – рентабельность продукции;

$\Pi_{\text{от продаж}}$ – прибыль от реализации продукции;

C – себестоимость реализованной продукции.

Рентабельность собственного капитала – это показатель, который характеризует эффективность использования вложенных средств собственниками в предприятие [16].

$$R_{\text{сок}} = \frac{\Pi_{\text{чист}}}{\text{СОК}}, \quad (6)$$

где $R_{\text{сок}}$ – рентабельность собственного капитала;

$\Pi_{\text{чист}}$ – чистая прибыль организации;

СОК – собственный капитал предприятия.

Рентабельность собственного капитала – это показатель, который имеет большое значение в деятельности организации. Данный показатель является определяющим для принятия решения инвесторов по вкладыванию средств в организацию [17].

Факторный анализ «Du Pont» отражает взаимосвязь показателей рентабельности активов, рентабельности реализованной продукции и коэффициента оборачиваемости активов [19].

Расширенная модель фирмы «Du Pont» показывает рентабельность собственного капитала. Рентабельность собственного капитала определяется умножением рентабельности активов, на специальный мультипликатор (финансовый леверидж), характеризующий соотношение вложенных в деятельность предприятия средств и собственного капитала.

$$P_{\text{сок}} = P_{\text{акт}} \times \text{ФЛ} = P_{\text{продукц}} \times \text{Коб } A \times \text{ФЛ} = \frac{P_{\text{чист}}}{B} \times \frac{B}{A} \times \frac{A}{K_{\text{соб}}}, \quad (7)$$

где $P_{\text{акт}}$ – рентабельность активов;

ФЛ – мультипликатор;

$P_{\text{продукц}}$ – рентабельность продукции;

$\text{коб } A$ – коэффициент оборачиваемости активов;

$P_{\text{чист}}$ – чистая прибыль;

B – выручка;

A – величина активов предприятия;

$K_{\text{соб}}$ – величина собственного капитала.

Факторный анализ рентабельности собственного капитала проводится по трех факторной модели по схеме:

$$P_{\text{сок } 000} = P_{\text{продукции } 0} \times \text{коб } A_0 \times \text{ФЛ } 0; \quad (8)$$

$$P_{\text{сок } 100} = P_{\text{продукции } 1} \times \text{коб } A_0 \times \text{ФЛ } 0; \quad (9)$$

$$\text{ВИ1} = P_{\text{сок } 000} - P_{\text{сок } 100}; \quad (10)$$

$$P_{\text{сок } 110} = P_{\text{продукц } 1} \times \text{коб } A_1 \times \text{ФЛ } 0; \quad (11)$$

$$\text{ВИ2} = P_{\text{сок } 110} - P_{\text{сок } 100}; \quad (12)$$

$$P_{\text{сок } 111} = P_{\text{продукц } 1} \times \text{коб } A_1 \times \text{ФЛ } 1; \quad (13)$$

$$\text{ВИ3} = P_{\text{сок } 111} - P_{\text{сок } 110}; \quad (14)$$

где ВИ – величина изменения.

$$\text{ВИ} = \text{ВИ1} - \text{ВИ2} - \text{ВИ3} \quad (15)$$

Факторный анализ «Du Pont» дает возможность увидеть, как меняется рентабельность и выявить факторы, влияющие на ее изменение.

Коэффициенты оборачиваемости.

Показатели оборачиваемости показывают насколько интенсивно и эффективно предприятие использует свои ресурсы, и с какой скоростью, эти

ресурсы превращаются в денежные средства. Чем выше эти показатели за рассматриваемый период, тем лучше для предприятия [21].

Существует несколько показателей оборачиваемости:

Коэффициент оборачиваемости активов – это показатель, который характеризует интенсивность использования средств предприятия.

$$\text{Коб А} = \frac{В}{А}, \quad (16)$$

где коб А – коэффициент оборачиваемости активов;

$В$ – выручка предприятия;

$А$ – величина активов предприятия.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов – показатель, который отражает интенсивность использования предприятием, своих текущих активов.

$$\text{Коб А об} = \frac{В}{А_{об}}, \quad (17)$$

где коб А об – коэффициент оборачиваемости оборотных активов;

$А_{об}$ – величина оборотных активов организации.

Коэффициент оборачиваемости запасов – это показатель, который отражает интенсивность использования запасов предприятия [16].

$$\text{Коб З} = \frac{В}{З}, \quad (18)$$

где коб З – коэффициент оборачиваемости запасов;

$З$ – величина запасов предприятия за рассматриваемый период.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности – это показатель, который отражает интенсивность возврата денежных средств от клиентов, за оказанные услуги или проданную, в кредит, продукцию [17].

$$\text{Коб Деб} = \frac{В}{\text{Деб}}, \quad (19)$$

где коб Деб – коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;

Деб – величина дебиторской задолженности.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности – показатель, который отражает скорость оплаты предприятия своих долгов перед организациями-кредиторами.

Для того чтобы определить скорость оборота, количество дней за рассматриваемый период делится на коэффициент оборачиваемости.

Ускорение оборачиваемости оборотных средств позволяет либо при том же объеме производства высвободить из оборота часть оборотных средств, либо при том же размере оборотных средств – увеличить объем производства.

1.2. Управление прибылью через повышение эффективности центров финансовой ответственности

Управление по центрам финансовой ответственности (далее ЦФО) является одной из подсистем, обеспечивающих внутрифирменное планирование. В рамках данной подсистемы можно предоставить оценку каждого подразделения в итоговые результаты деятельности предприятия. Выделение ЦФО необходимо при регулировании итоговых финансовых результатов на основе оценочных показателей, ответственность за которые ложится на руководителей структурных подразделений предприятия. Данная система управления дает возможность иметь системную информацию о темпах развития организации, проводить анализ, за счет влияния каких факторов был достигнут определенный результат, определять какое звено организации тормозит его рост и развитие. Оказывая воздействие на определенные центры ответственности можно достичь максимального результата и качественно новых результатов [18].

Центр финансовой ответственности – это структурное подразделение организации:

- осуществляющее операции по оптимизации прибыли;
- способное оказывать непосредственное влияние на рентабельность;
- отвечающее перед вышестоящим руководством за выполнение установленных целей и соблюдение уровней расходов в рамках установленных лимитов.

Основной целью системы управления по ЦФО является повышение эффективности управления подразделениями организации на основе обобщения данных о итоговых результатах деятельности каждого центра ответственности с тем,

чтобы возникающие отклонения можно было отнести на конкретного руководителя [8].

Наиболее распространенной является классификация ЦФО, которая зависит от полномочий и ответственности:

- центр затрат – это структурное подразделение, руководитель которого несет ответственность только за затраты;

- центр дохода – это структурное подразделение, которое отвечает только за выручку от реализации продукции, товаров, услуг и за затраты, которые связаны с их сбытом;

- центр прибыли – это структурное подразделение, которое отвечает за финансовые результаты своей деятельности;

- центр инвестиций – это структурное подразделение, которое несет ответственность за капиталовложения;

- центр контроля и управления – это сфера деятельности, которая несет ответственность за конкретные виды работ и их результаты.

УП на основе ведения ЦФО затрагивает работу внутренних структурных служб и подразделений организации, которые обеспечивают разработку и принятие управленческих решений по отдельным аспектам формирования, распределения и использования прибыли и несут полную ответственность за результаты этих решений.

Целью применения методики УП по центрам ответственности является оценка, прогнозирование и достижение оптимальной прибыли, рентабельности и эффективности деятельности ЦФО и предприятия в целом.

Одной из главных задач УП является калькулирование себестоимости продукции. Себестоимость продукции – это выраженные в денежной форме затраты на ее производство и реализацию. Себестоимость продукции (работ, услуг) предприятия складывается из затрат, которые связаны с использованием в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Себестоимость продукции является качественным показателем, в котором концентрированно отражаются результаты хозяйственной деятельности предприятия, его достижения и имеющиеся резервы. Чем ниже размер себестоимости продукта, тем больше экономится труд, лучше используются основные средства, материалы, топливо, тем дешевле производство продукта обходится как организации, так и всему обществу [12].

Одним из основных методов формирования себестоимости и учета затрат является попроцессный метод.

Попроцессный метод калькулирования себестоимости продукции применяется фирмами, которые серийно производят массовую продукцию или имеют непрерывный производственный процесс.

При попроцессной калькуляции производственные затраты группируются по подразделениям или по производственным процессам. Полные производственные затраты аккумулируются по двум основным статьям прямым материалам и конверсионным затратам (сумме прямых затрат на оплату труда и отнесенных на себестоимость готовой продукции заводских накладных расходов).

Наиболее подходящие для попроцессной калькуляции организации, имеют следующие особенности:

- качество продукции однородно;
- отдельный заказ не влияет на производственный процесс в целом;
- выполнение заказов покупателя обеспечивается на основе запасов производителя;
- производство является серийным массовым и осуществляется поточным способом;
- применяется стандартизация технологических процессов и продукции производства;
- спрос на выпускаемую продукцию постоянен;
- контроль затрат по производственным подразделениям является более целесообразным, чем учет на основе требований покупателя или характеристик продукции;

– стандарты по качеству проверяются на уровне производственных подразделений; например, технический контроль проводится на уровне производственных подразделений непосредственно на линии в ходе производственного процесса.

Существует три различных способа организации движения продукции, которые связаны с попроцессной калькуляцией затрат:

1. Последовательное перемещение. При последовательном перемещении каждый продукт подвергается одинаковой серии операций. В текстильной промышленности, например, фабрика обычно имеет прядильный цех и цех окраски. Пряжа из прядильного цеха поступает в цех окраски, а затем на склад готовой продукции [11].

2. Параллельное перемещение. При параллельном перемещении отдельные виды работ выполняются одновременно, а затем в определенном процессе сходятся в единую цепочку. По тем видам работ, которые производятся одновременно, может потребоваться применение калькуляции позаказного типа, для учета различий в затратах на одновременное проведение различных видов работ. Такая схема применяется в производстве консервированных продуктов питания. Так, при изготовлении фруктовых смесей разные виды фруктов очищаются от кожуры и перерабатываются одновременно на разных производственных участках. После этого на заключительных этапах переработки и консервирования они смешиваются и поступают на склад готовой продукции [11].

3. Избирательное перемещение. При избирательном перемещении продукция проходит технологические ряды внутризаводских подразделений, каждый из которых построен в соответствии с требованиями, предъявляемыми к конечному продукту. В эту категорию попадают мясоперерабатывающие и нефтеперерабатывающие предприятия [11].

Сущность попроцессного метода заключается в том, что прямые и косвенные затраты учитываются по статьям калькуляции на весь выпуск продукции. В связи с этим среднюю себестоимость единицы продукции определяют делением суммы всех произведенных за месяц затрат (в целом по итогу и по каждой статье) на количество

готовой продукции за этот же период. Объекты учета затрат часто совпадают с объектами калькулирования.

При попроцессном методе выполняется следующая последовательность учета:

1. Документирование и учет затрат по элементам (по прямым расходам)
2. Документирование и учет затрат, относимых на комплексные статьи (в связи с необходимостью учета затрат на вспомогательные производства и расходов на управление).
3. Распределение затрат по процессам.
4. Определение общей величины затрат за месяц.
5. Распределение затрат (производится в том случае, если учет организуется не по производству в целом, а по отдельным процессам).

1.3. Финансовый результат как объект оценки и анализа

Прибыль - 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 [3].

Рост прибыли создает финансовую основу для осуществления расширенного воспроизводства предприятия и удовлетворения социальных и материальных потребностей учредителей и работников.

За счет нее выполняется часть обязательств перед бюджетом, банками и другими предприятиями. Таким образом, прибыль становится важнейшим показателем для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Она характеризует сметы его деловой активности и финансовое благополучие.

За счет отчислений от прибыли в бюджет формируется основная часть финансовых ресурсов государства, региональных и местных органов власти, и от их увеличения в значительной мере зависят темпы экономического развития страны,

отдельных регионов, приумножения общественного богатства и, в конечном счете, - повышение жизненного уровня населения [6].

Увеличение прибыли в условиях стабильности оптовых цен свидетельствуют о снижении индивидуальных затрат предприятия на производство и реализацию продукции.

Как важнейшая категория рыночных отношений, прибыль выполняет определенные функции.

Во-первых, прибыль характеризует конечный ФР предпринимательской деятельности предприятия. Она является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Показатели прибыли являются важнейшими для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Они характеризуют степень его деловой активности и финансового благополучия.

Во-вторых, прибыль обладает стимулирующей функцией. Ее содержание состоит в том, что прибыль одновременно является ФР и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Реальное обеспечение принципа самофинансирования определяется полученной прибылью. Доля чистой прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников.

Главное предназначение прибыли в условиях рынка - отражение эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятия. Это обусловлено тем, что в величине прибыли должно находить отражение соответствие индивидуальных затрат предприятия, связанных с производством и реализацией своей продукции и выступающих в форме себестоимости, общественно необходимых затрат, косвенным выражением которых должна явиться цена изделия [6].

В современных условиях повышается значение прибыли как объекта распределения, созданного в сфере материального производства чистого дохода

между предприятиями и государством, различными отраслями народного хозяйства и предприятиями одной отрасли, между сферой материального производства и непромышленной сферой, между предприятиями и его работниками.

Работа предприятия в условиях рыночной экономики связана с повышением стимулирующей роли прибыли. Использование прибыли в качестве основного оценочного показателя способствует росту объема производства и реализации продукции, повышению его качества, улучшению использования имеющихся производственных ресурсов.

Усиление роли прибыли обусловлено также действующей системой ее распределения, в соответствии с которой повышается заинтересованность предприятий в увеличении не только общей суммы прибыли, но с той ее частью которая остается в распоряжении предприятия и используется в качестве главного источника средств, направляемых на производственное и социальное развитие, а также на материальное поощрение работников в соответствии с качеством затраченного труда.

Так как прибыль - важнейший показатель, характеризующий ФР деятельности предприятия, то в увеличении прибыли заинтересованы все участники производства. Чтобы управлять прибылью, необходимо раскрыть механизм ее формирования, определить влияние и долю каждого фактора ее роста или снижения [9].

К экстенсивным относятся факторы, которые отражают объем производственных ресурсов, их использование по времени такие как, изменение продолжительности рабочего дня, коэффициента сменности оборудования, а также непромышленное использование ресурсов, затраты материалов на брак, потери из-за отходов.

К интенсивным относятся факторы, отражающие эффективность использования ресурсов или способствующих этому, например, повышение квалификации работников, производительности оборудования, внедрение прогрессивных технологий. Факторы, влияющие на прибыль, могут классифицироваться по разным признакам.



Рисунок 2 – Экономические факторы, влияющие на величину прибыли

Важным фактором, влияющим на величину прибыли от продажи продукции, является изменение объема производства и реализации продукции. Падение объема производства при экономических условиях, не считая ряда противодействующих факторов, как, например, роста цен, неизбежно влечет сокращение объема прибыли. Отсюда вытекает вывод о необходимости принятия неотложных мер по обеспечению роста объема производства продукции на основе технического обновления и повышения эффективности производств. В процессе осуществления производственной деятельности предприятия, связанной с производством, реализацией продукции и получением прибыли, эти факторы находятся в тесной взаимосвязи и взаимозависимости [4].

Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности, создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социальных и материальных потребностей трудовых коллективов. Она позволяет осуществлять капитальные вложения в производство (тем самым, расширяя и обновляя его), внедрять нововведения, решать социальные проблемы на предприятии, финансировать мероприятия по его научно-техническому развитию.

Помимо этого прибыль является важным фактором в оценке потенциальным инвестором возможностей компании, служит показателем эффективного использования ресурсов, т.е. необходима для оценки деятельности фирмы и ее возможностей в будущем.

1.4. Инновационное развитие как инструмент улучшения финансовых результатов

В современном мире способность к инновациям являются одним из основных факторов долговременного успеха в бизнесе для любого(ой) предприятия, компании, корпорации.

Развитие предприятия как надежного производителя товаров народного потребления связано с постоянным решением технологических, экономических и иных задач, требующих поиска, получения и применения новых знаний.

Новые внешние условия, стремительный процесс технологий всех сфер деятельности, экономическая ситуация в стране обуславливают необходимость обеспечения эффективности деятельности предприятия.

Итак, основной целью инновационного развития можно поставить следующее – постоянное повышение уровня технологического и организационного развития предприятия, для поддержания и улучшения позиций на рынке выпускаемой им продукции.

Для реализации поставленной цели вытекают следующие задачи:

- повышение уровня организационного развития;
- повышение качества и безопасности производимой продукции (работ, услуг);
- рост эффективности использования ресурсов;
- экономическое освоение новых видов продукции.

При выявлении наиболее актуальных для предприятия инновационных направлений, необходимо проводить оценку потенциального экономического эффекта от их внедрения для каждого субъекта отдельно. Важно отметить, что разработка инновационных технологий и мероприятий должна стараться оказывать

влияние, как можно большое количество хозяйствующих субъектов предприятия, не только на действующих, но и на перспективных производственных объектах.

Организационное развитие представляет собой такие направления осуществления инновации, как:

- сокращение времени подготовки, принятия и реализации управленческих решений выражающихся в экономии временных затрат на анализ возможных альтернативных решений, повышении уровня личностных компетенций работников и повышении эффективности обработки информации;

- снижение неопределённости в ходе подготовки и принятия управленческих решений, проявляющееся в повышении точности идентификации ситуационных факторов, влияющих на процесс подготовки и реализации за счёт внедрения регулярно обновляемых баз данных (знаний);

- рост качества принимаемых управленческих решений, которому способствует применение в практике управления научно-обоснованных методов функционально-стоимостного анализа, прогнозирования, моделирования, анализа рисков, экономического и правового обоснования осуществляемых нововведений.

- рост производительности труда, который является следствием совершенствования методов управления, применения современных систем контроля качества, внедрения корпоративных систем управления знаниями;

- рост инвестиционной привлекательности предприятия, формулируемый эффективной деятельностью, рост доходов которого в долгосрочной перспективе не возможен без повсеместного перехода к использованию новых технологий, развития производства и освоения новых форм корпоративного управления.

Масштаб внедрения организационных инноваций должен действовать на всю сферу деятельности предприятия.

Повышение качества и безопасности производимой продукции (работ, услуг), следует развивать через внедрения инновационной продукции и технологий. Доведение новых технологических решений до уровня производственных подразделений, оценка технологической готовности и сертификация новых технологий осуществляется по трём взаимосвязанным направлениям:

- установление требований к продуктам (работам, услугам) для рынка (стандартизация);

- оценка соответствия;

- обеспечение долговременной стабильности качества.

Стандартизация является эффективным инструментом. Внедрение новых стандартов является стимулом к применению новых технологий. Результаты такой деятельности должны распространяться на все подразделения предприятия, где эти результаты должны быть использованы. Достигаемая при этом унификация позволяет установить оптимальные характеристики продукции и требования к производственным процессам, что ведет к повышению качества продукции, сокращению затрат и экономии ресурсов.

Система стандартизации позволяет разрабатывать нормативные документы корпоративного уровня, прежде всего – требования к сырью и материалам, оборудованию, технологиям и способам ведения работ.

Оценка соответствия в виде добровольной сертификации является одним из основных видов подтверждения качества поставляемой продукции, работ, услуг на потребительский рынок.

С целью обеспечения долговременной стабильности качества, необходимо устанавливать более жесткие требования к поставщикам, а так же к международным аналогам. Осмотрительно вводить дополнительные требования для обеспечения качества продукции, работ, услуг с учетом их специфики.

Повышение эффективности использования ресурсов, можно через следующие пути улучшения:

- своевременное и качественное проведение ремонтов;

- повышение уровня квалификации обслуживающего персонала;

- своевременное обновление основных фондов;

- улучшения качества подготовки сырья и материалов к процессу производства;

- повышение уровня механизации и автоматизации производства, так же ее комбинированность;

- внедрение новой техники и прогрессивной технологии.

Проведение данных работ отражается на качестве производимой продукции, работ, услуг и финансовых результатах предприятия.

Экономическое освоение новых видов продукции. Этот процесс предполагает оценку рыночных перспектив, финансовых возможностей, соответствие стандартам, разработка и проектирование технологических и организационных процессов, подготовку производственных мощностей, каналов сбыта, и после этого освоение выпуска новой продукции, ее массовый выпуск и сбыт. В итоге инновационное освоение новых видов продукции охватывает полный цикл от идеи до её реализации[24].

Таким образом, результатом инновационной деятельности становится собственный интеллектуальный продукт, который становится объектом интеллектуальной собственности и товаром.

2. Анализ финансовой деятельности АО «Самарский жиркомбинат»

2.1. Характеристика и основные технико-экономические показатели

Акционерное общество «Самарский жиркомбинат» (далее «Самарский жиркомбинат», «СЖК», «Общество»), является открытым акционерным обществом. Учреждено на основании решения Комитета по управлению имуществом Самарской области от 16.12.1992 г. №1039 путем реорганизации государственного предприятия «Самарский жиркомбинат», является его правопреемником по всем правам и обязанностям.

Самарский жиркомбинат является юридическим лицом и осуществляет свою деятельность на основании Федерального закона Российской Федерации «Об акционерных обществах» (далее «Закон»), действующего законодательства Российской Федерации и настоящего Устава.

Фирменное наименование Общества: Акционерное общество «Самарский жиркомбинат», сокращенно АО «Самарский жиркомбинат».

Общество является коммерческой организацией.

Место нахождения: Российская Федерация, 443022, г. Самара, пр. Мальцева, дом 22.

АО «Самарский жиркомбинат», одно из ведущих предприятий масложировой отрасли, выпускающее высококачественные продукты питания – майонезы, соусы и кетчупы.

Куйбышевский жиркомбинат был основан в 1949 году. Решение о строительстве Куйбышевского жиркомбината было принято в 1946 году. Комбинат планировался как стратегический объект народного хозяйства и являлся крупнейшим предприятием масложировой отрасли СССР. Строительство началось в октябре 1946 года. За три года были построены здания двух основных и двух вспомогательных цехов, смонтировано оборудование, произведены пуско-наладочные работы целого комплекса по переработке растительных масел. Первая очередь Куйбышевского жиркомбината мощностью 6000 тонн в год была введена в эксплуатацию в 1949 году. Предприятие одним из первых в стране освоило производство гидрогенизированных жиров (саломаса), рафинации и дезодорации

растительных масел, производство маргарина столового «Молочный», чуть позднее начал выпускать маргарин «Сливочный», кулинарные и кондитерские жиры и майонез.

В 1993 году государственное предприятие «Самарский жиркомбинат» было приватизировано и преобразовано в Акционерное общество открытого типа «Самарский жиркомбинат» с уставным капиталом 88 884 тыс. рублей, из которых 51% от уставного капитала был распределён между работниками предприятия при закрытой подписке, а 49% переданы фонду имущества Самарской области. В дальнейшем все акции, находящиеся в государственной собственности, были выкуплены у фонда имущества. Уставный капитал (далее «УК») в связи с деноминацией 1997г. уменьшен до 88 884 рублей.

В 1996 году, Устав предприятия был приведён в соответствие с требованиями законодательства и общество преобразовано в Открытое акционерное общество «Самарский жиркомбинат». Кроме того, в 1998 году была проведена дополнительная эмиссия акций предприятий и УК увеличен до 595 078 рублей.

В 2003 году по решению годового общего собрания акционеров ОАО «Самарский жиркомбинат» от 9.06.2003г. внесены изменения в отчётность общества, а именно: направлен ранее созданный резервный фонд в сумме 1 200 тыс. рублей на покрытие образованных убытков; некорректно отражённую в добавочном капитале использованную ранее на приобретение основных средств прибыль прошлых лет в сумме 29862 тыс. рублей отражена как прибыль прошлых лет [29].

Участники этого общества несут ответственность по его обязательствам в пределах стоимости внесенного вклада.

Предприятие является юридическим лицом и имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего приобретать и осуществлять имущественное и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество считается созданным как юридическое лицо и обладает правоспособностью юридического лица с момента его государственной регистрации.

В октябре 2002 года предприятие вошло в состав Группы компаний «НМЖК». После входа предприятия в состав ГК «НМЖК» постоянно увеличиваются объемы производства, модернизируется оборудование, расширяется ассортимент выпускаемой продукции.

В состав Группы компаний «НМЖК» входят предприятия, образующие полный производственный цикл. Группа компаний «НМЖК» это три масложировых предприятия: АО «Нижегородский масло-жировой комбинат» (г. Нижний Новгород), АО «Самарский жиркомбинат» (г. Самара). Кроме этого в состав Группы компаний входят маслоэкстракционные заводы: Сорочинский МЭЗ (Оренбургская область) и Урюпинский МЭЗ (Волгоградская область), а так же 6 элеваторов и 2 филиала, торговые дома «НМЖК» в Москве и Санкт-Петербурге. Основными видами продукции, выпускаемой предприятиями Группы компаний, являются маргарины, майонезы, жареные семечки, спреды и подсолнечное масло.

Уставный капитал составляет 595 078 (пятьсот девяносто пять тысяч семьдесят восемь) рублей.

Обществом размещены следующие акции: обыкновенные именные бездокументарные акции – 595 078 (пятьсот девяносто пять тысяч семьдесят восемь) штук. Номинальная стоимость каждой акции составляет 1 (один) рубль.

Общество вправе разместить дополнительно к размещенным акциям 1 000 000 (один миллион) штук обыкновенных именных акций бездокументарной формы номинальной стоимостью 1 (Один) рубль.

На владельцев размещаемых обществом дополнительных обыкновенных именных акций в полном объеме распространяются все права, предоставляемые соответственно акциями этой категории в соответствии с настоящим уставом. Ограничение прав владельцев дополнительно размещаемых акций общества по сравнению с правами владельцев ранее размещенных акций не допускаются.

Уставный капитал СЖК может быть увеличен путем увеличения номинальной стоимости акций или размещения дополнительных акций. Увеличение Уставного капитала Общества допускается только после его полной оплаты.

Решение об увеличении УК путем увеличения номинальной стоимости акции принимается Общим собранием акционеров Общества большинством голосов акционеров - владельцев голосующих акций Общества, принимающих участие в собрании.

Увеличение УК путем увеличения номинальной стоимости акций осуществляется только за счет имущества Общества.

Решение об увеличении УК путем размещения дополнительных акций принимается Общим собранием акционеров Общества большинством голосов акционеров - владельцев голосующих акций Общества, принимающих участие в собрании.

Увеличение УК путем размещения дополнительных акций может осуществляться за счет имущества Общества.

Уставный капитал Самарского жиркомбината может быть уменьшен путем уменьшения номинальной стоимости акций или сокращения их общего количества, в том числе путем приобретения части акций и их последующего погашения в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Решение об уменьшении УК путем уменьшения номинальной стоимости акций или путем приобретения части акций в целях сокращения их общего количества принимается общим собранием акционеров.

Решение об уменьшении УК путем уменьшения номинальной стоимости акций общества принимается общим собранием акционеров общества большинством в три четверти голосов акционеров - владельцев голосующих акций, принимающих участие в общем собрании акционеров общества, только по предложению совета директоров общества.

Общество обязано уменьшить уставный капитал в следующих случаях:

1. Если стоимость чистых активов Общества останется меньше его уставного капитала по окончании финансового года, следующего за вторым финансовым годом или каждым последующим финансовым годом, по окончании которых стоимость чистых активов оказалась меньше его УК, в том числе в случае, предусмотренном п. 7 ст. 35 Закона, не позднее чем через шесть месяцев после

окончания соответствующего финансового года обязано принять одно из следующих решений:

- об уменьшении уставного капитала Общества до величины, не превышающей стоимости его чистых активов;

- о ликвидации Предприятия.

2. Если размещенные акции, приобретенные в соответствии с настоящим Уставом по решению Общего собрания акционеров или по решению Совета директоров, не реализованы по их рыночной стоимости в течение одного года с даты их приобретения. Решение об уменьшении УК путем погашения указанных акций принимается Общим собранием акционеров большинством голосов акционеров - владельцев голосующих акций Общества, принимающих участие в собрании.

3. Если акции, выкупленные Обществом по требованию акционеров-владельцев голосующих акций в перечисленных ниже случаях, не реализованы по их рыночной стоимости в течение одного года с даты их выкупа. Решение об уменьшении УК путем погашения указанных акций принимается Общим собранием акционеров большинством голосов акционеров - владельцев голосующих акций Общества, принимающих участие в собрании.

4. Если акции, цена размещения которых соответствует неоплаченной сумме (стоимости имущества, не переданного в оплату акций), право собственности на которые перешло к Обществу в случае неполной оплаты акций в течение года с момента государственной регистрации Предприятия, если меньший срок не предусмотрен договором о создании Общества, не реализованы им по цене не ниже их номинальной стоимости в течение одного года после их приобретения Обществом.

Общество не вправе уменьшать свой уставный капитал:

- до момента полной оплаты всего его уставного капитала;

- до момента выкупа всех акций, которые должны быть выкуплены;

- если на день принятия такого решения оно отвечает признакам несостоятельности (банкротства) в соответствии с законодательством Российской Федерации о несостоятельности (банкротстве) или если указанные признаки

появятся у него в результате осуществляемых в соответствии с правилами пункта 3 настоящей статьи выплаты денежных средств и (или) отчуждения эмиссионных ценных бумаг;

- если на день принятия такого решения стоимость его чистых активов меньше суммы его уставного капитала, резервного фонда и превышения над номинальной стоимостью определенной уставом организации ликвидационной стоимости размещенных привилегированных акций или станет меньше суммы его УК, резервного фонда и превышения над номинальной стоимостью определенной уставом организации ликвидационной стоимости размещенных привилегированных акций в результате осуществляемых в соответствии с правилами пункта 3 настоящей статьи выплаты денежных средств и (или) отчуждения эмиссионных ценных бумаг;

- до момента полной выплаты объявленных, но невыплаченных дивидендов, в том числе невыплаченных накопленных дивидендов по кумулятивным привилегированным акциям.

Общество вправе произвести консолидацию размещенных акций, в результате которой две или более акций конвертируются в одну новую акцию той же категории (типа).

Общество вправе произвести дробление размещенных акций, в результате которого одна акция Самарского жиркомбината конвертируется в две или более акций той же категории (типа).

Решение о консолидации (дроблении) акций принимается Общим собранием акционеров большинством голосов акционеров - владельцев голосующих акций Предприятия, принимающих участие в собрании, только по предложению Совета директоров Общества.

«Самарский жиркомбинат» вправе размещать облигации и иные эмиссионные ценные бумаги, предусмотренные законодательством Российской Федерации.

Размещение облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг осуществляется по решению Общего собрания акционеров.

Дивидендная политика представляет собой следующие заключения.

1. По результатам первого квартала, полугодия, девяти месяцев финансового года и (или) по результатам финансового года принимать решения (объявлять) о выплате дивидендов по обыкновенным размещенным акциям.

2. Решение о выплате (объявлении) дивидендов по результатам первого квартала, полугодия и девяти месяцев финансового года может быть принято в течение трех месяцев после окончания соответствующего периода.

3. Решения о выплате (объявлении) дивидендов, в том числе решения о размере дивиденда и форме его выплаты по акциям каждой категории (типа), принимаются Общим собранием акционеров.

4. Размер дивидендов не может быть больше рекомендованного Советом директоров Общества.

5. Срок и порядок выплаты дивидендов определяются решением Общего собрания акционеров о выплате дивидендов. В случае, если Общим собранием акционеров не установлена дата выплаты дивидендов по обыкновенным акциям, дивиденды по указанным акциям должны быть выплачены не позднее 60 дней со дня принятия решения о выплате дивидендов.

6. Список лиц, имеющих право получения дивидендов, составляется на дату составления списка лиц, имеющих право участвовать в Общем собрании акционеров, на котором принимается решение о выплате соответствующих дивидендов. Для составления списка лиц, имеющих право получения дивидендов, номинальный держатель акций представляет данные о лицах, в интересах которых он владеет акциями.

7. Источником выплаты дивидендов является прибыль Предприятия после налогообложения (чистая прибыль). Чистая прибыль определяется по данным бухгалтерской отчетности.

8. Объявленные дивиденды могут выплачиваться как деньгами, так и иным имуществом в случае, если Общим собранием акционеров принято решение о выплате дивидендов в неденежной форме.

Решение Общего собрания акционеров о выплате дивидендов в неденежной форме принимается только на основании предложения Совета директоров

Общества, в котором должно быть указано имущество общества, направляемое на выплату дивидендов.

9. Общество не вправе принимать решение (объявлять) о выплате дивидендов в случаях, предусмотренных действующим законодательством РФ.

Общество имеет следующие органы управления:

- Общее собрание акционеров Общества;
- Совет директоров Общества;
- Единоличный исполнительный орган Общества – (исполнительный директор) Общества.

Органом контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Общества является Ревизор Общества.

Общество состоит из одного акционера, владельцем которого полном объеме является общество с ограниченной ответственностью производственно-коммерческая фирма «Профит».

Обществом проводятся годовые и внеочередные Общие собрания акционеров.

Общество обязано ежегодно проводить годовое Общее собрание акционеров. Годовое Общее собрание акционеров проводится в сроки не ранее чем через два месяца и не позднее чем через шесть месяцев после окончания финансового года.

На годовом Общем собрании акционеров решаются вопросы об избрании Совета директоров Общества, Ревизора Общества, утверждении Аудитора Общества, утверждении годовых отчетов, годовой бухгалтерской отчетности, в том числе отчетов о прибылях и об убытках (счетов прибылей и убытков), а также распределение прибыли (в том числе выплата (объявление) дивидендов, за исключением прибыли, распределенной в качестве дивидендов по результатам первого квартала, полугодия, девяти месяцев финансового года) и убытков Предприятия по результатам финансового года.

Руководство текущей деятельностью общества осуществляется единоличным исполнительным органом общества – исполнительным директором.

Исполнительный директор подотчетен Совету директоров и Общему собранию акционеров.

Исполнительный директор избирается сроком до 5 (пяти) лет. Исполнительный директор может переизбираться неограниченное число раз.

К компетенции исполнительного директора относятся все вопросы руководства текущей деятельности, за исключением вопросов, отнесенных к компетенции общего собрания акционеров и Совета директоров Общества.

Исполнительный директор организует выполнение решений Общего собрания акционеров и Совета директоров Общества.

Исполнительный директор без доверенности действует от имени общества, в том числе представляет его интересы, совершает сделки от имени общества в пределах, установленных Федеральным законом «Об акционерных обществах», Уставом и Положением об исполнительном органе Общества.

Контроль за финансово-хозяйственной деятельностью осуществляется Ревизором Общества, он избирается Общим собранием акционеров.

Ревизор не может одновременно являться членом Совета директоров Общества, а также занимать иные должности в органах управления Общества. Срок полномочий Ревизора Общества исчисляется до следующего годового Общего собрания акционеров Общества.

Проверка (ревизия) финансово-хозяйственной деятельности Предприятия осуществляется по итогам деятельности за год, а также во всякое время по инициативе Ревизора Общества, решению Общего собрания акционеров, Совета директоров Общества или по требованию акционера Общества.

По требованию Ревизора Общества лица, занимающие должности в органах управления Общества, обязаны представить документы о финансово-хозяйственной деятельности Общества, дать письменные и устные объяснения. Ревизор вправе привлекать к своей работе экспертов и консультантов, работа которых оплачивается за счет Общества.

Предприятие имеет развитую инфраструктуру и мощную материально-техническую базу промышленного комплекса. За более чем шестидесятилетнюю историю на АО «Самарский Жиркомбинат» совершенствовалась технология, развивалось производство, увеличивались объемы выпуска и реализации продукции.

На сегодняшний день на Самарском Жиркомбинате работает 289 сотрудников (организационная структура приведена в приложении, см. прил. 1).

АО «Самарский Жиркомбинат» является юридическим лицом и свою деятельность организуют на основании Устава и действующего законодательства.

Согласно Уставу основными видами деятельности является:

1. Производство товаров народного потребления: майонезной продукции.
2. Насыщение рынка товарами, производимым обществом.
3. Оказание услуг складского хозяйства.
4. Экспортно-импортные операции и иная внешнеэкономическая деятельность в соответствии с действующим законодательством.
5. Иные виды деятельности, не запрещенные законодательством.

Приоритетным видом деятельности данного предприятия является - производство майонезной продукции. Данный вид деятельности приносит основную прибыль предприятию.

Выпускаемая продукция АО «Самарский жиркомбинат»:

- майонезы торговой марки «Ряба»;
- майонезы торговой марки «Сдобри»;
- соусы майонезные торговых марок «Ряба», «Сдобри», «Астория», «Нежный»;
- кетчупы марки «Астория».

Основными целями деятельности предприятия считаются:

- ориентация всей деятельности и всех усилий на выполнение установленных и ожидаемых требований потребителей;
- обеспечение пищевой безопасности выпускаемой масложировой продукции;
- укрепление репутации предприятия как производителя качественной и безопасной продукции;
- обеспечение развития корпоративной культуры предприятия.

Качество продукции - стратегический фактор для предприятия, наша репутация и преимущество на высоко конкурентном рынке. Поэтому предприятие занимает принципиально жесткую позицию в вопросах качества.

На АО «Самарский жиркомбинат» внедрена система менеджмента качества на соответствие требованиям ГОСТ ISO 9001-2011 (ISO 9001:2008) и система менеджмента качества пищевой безопасности на соответствие требованиям ГОСТ ISO 22000- 2007 (ISO 22000:2005) .

В производстве используются сырье, ингредиенты и упаковочный материал от поставщиков, с которыми установлены длительные взаимовыгодные партнерские отношения.

Поставщики основных ингредиентов: Урюпинский маслоэкстракционный завод, Сорочинский маслоэкстракционный завод, АО «Ульяновский сахарный завод», АО «Комбинат молочных продуктов», АО «Мозырьсоль», АО «Данафлекс».

Деятельность АО «Самарский жиркомбинат» лицензирована, поэтому предприятие имеет следующие лицензии:

- на эксплуатацию взрывоопасных производственных объектов;
- на эксплуатацию химически опасных производственных факторов;
- на осуществление погрузочно-разгрузочной деятельности применительно к опасным грузам на железнодорожном транспорте.
- на осуществление медицинской деятельности;
- на микробиологическую деятельность с микроорганизмами 4 группы патогенности.

Совместно со всеми предприятиями ГК «НМЖК», предприятие проводит активную ценовую политику, которая определяется системой факторов. В число этих факторов входят: предпочтения и покупательская способность потребителей, поведение посредников, действия конкурентов, условия поставщиков, изменения в налоговом законодательстве и т.д. Доставка продукции до основных покупателей осуществляется автомобильным и железнодорожным транспортом.

АО «Самарский жиркомбинат» имеет железнодорожные и автомобильные подъездные пути, собственную котельную, которая работает на газе и вырабатывает технологический пар для производства продукции и на обслуживание хозяйственных нужд.

В настоящее время основными потребителями продукции предприятия являются филиалы торговых домов ГК «НМЖК», а также крупные покупатели из стран Казахстана, Киргизии и Туркменистана.

Таблица 1 – Основные технико-экономические показатели АО «Самарский жиркомбинат» за 2014 – 2016 гг.

Наименование показателя	Единица измерения	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Производственные мощности	тонн/год	55 062	55 062	55 062
Объем переработанного с/х сырья (семена подсолнечника)	тонн	33 550	37 431	38 421
Объем произведенной продукции: - количество	тонн	40 832	36 000	31 438
- в стоимостном выражении	тыс. руб.	1 470 726	1 739 859	1 956 655
Средняя численность работающих	Человек	289	291	289
Среднемесячная заработная плата работающих	тыс. руб.	25,1	26,3	28,7
Объем инвестиций вложенных в модернизацию производства, в т.ч.	тыс. руб.	9 305	10 011	791
Налоги, перечисленные в областной бюджет	тыс. руб.	31 320	50 378	37 422
Количество вновь освоенных видов продукции	тонн	3 505	4 994	507
Ассортимент выпускаемой продукции,	единиц	58	62	70

Самарский жиркомбинат проводит активную ценовую политику, которая связана с системой факторов, в число которых входят: предпочтения и покупательская способность потребителей (спрос), поведение посредников, действия конкурентов, условия поставщиков, изменения, уровень издержек предприятия и т.д.

При этом, соблюдается единое правило: изменения цен в соответствии с изменением внешней среды не должно приводить к нерентабельности деятельности предприятия. Если данное условие выполнить нельзя, ставится вопрос о снятии нерентабельного продукта с производства.

На предприятии принята «региональная» система ценообразования. Основное внимание предприятия сосредоточено на наиболее рентабельных регионах - Центральный регион и Сибирь и наиболее высококорентабельным видам продукции – майонезной продукции.

К потенциальным возможностям для развития можно отнести, разработку новых видов продукции и применение современной упаковки востребованной рынком.

2.2. Анализ финансового результата предприятия

Анализ финансового результата АО «Самарский жиркомбинат» проведет на основании данных бухгалтерского отчета предприятия, за 2014 – 2016 гг.

Таблица 2 – Сведения из отчета о финансовых результатах за анализируемый период (в тыс. рублей).

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Выручка	1 626 509	2 643 917	2 650 116
Себестоимость продаж	-1 406 636	-2 322 498	-2 337 154
Валовая прибыль (убыток)	219 873	321 419	312 962
Коммерческие расходы	-75 511	- 86 741	-87 661
Управленческие расходы	-58 045	-60 604	-54 404
Прибыль (убыток) от продаж	86 317	174 074	170 897
Доходы от участия в других организациях	0	0	0
Проценты к получению	257	42	237
Проценты к уплате	-32 877	-111 106	-112 513
Прочие доходы	84 533	89 701	113 966

Продолжение таблицы 2

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Прочие расходы	-74 657	-16 325	-31201
Прибыль (убыток) до налогообложения	63 573	136 386	141 386
Текущий налог на прибыль	-13 274	-27 088	-30 284
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	208	240	476
Изменение отложенных налоговых обязательств	352	-462	1 521
Изменение отложенных налоговых активов	-1	33	10
Прочее	-116	-3	-91
Чистая прибыль (убыток)	50 534	108 866	112 542

За три смежных года выручка АО «Самарский жиркомбинат» выросла в 1,6 раза, 99% которой составляет реализация готовой продукции и товаров предприятия, что говорит о стремлении увеличивать свою долю на рынке майонезов, соусов и кетчупов. Чистая прибыль в рассматриваемом периоде времени, так же демонстрирует рост – это означает, что предприятие эффективно использует ресурсы имеющиеся в своём распоряжении.

Таблица 3 - Рентабельность продукции АО «Самарский жиркомбинат»

Показатель	ед. изм.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Прибыль (убыток) до налогообложения	тыс. руб.	63 572	136 386	119 126
Затраты на производство и реализацию продукции	тыс. руб.	1 540 192	2 469 843	2 102 800
Рентабельность продукции	%	4,1	5,5	5,7

Численное выражение рентабельности реализуемой продукции показывает соотношение между прибылью продукции до налогообложения и затратами на производство и реализацию продукции. Данный показатель показывает рост на 1,6% в рассматриваемом периоде, что означает эффективную работу предприятия в данном направлении.

Проанализируем состав, структуру и движение денежных средств по видам деятельности. Это необходимо для того чтобы раскрыть реальное движение

денежных средств на предприятии, а так же связать величину полученного финансового результата с состоянием денежных средств, необходимо выделить все направления притока и оттока денежных средств. Для этого мы использовали «Отчет о движении денежных средств». В данном отчете выделяют три раздела: текущая, финансовая и инвестиционная деятельность.

Текущая или операционная деятельность предприятия приносит основную выручку и основные потоки денежных средств.

Инвестиционная деятельность – это приобретение или продажа долгосрочных активов и финансовых вложений, не относящихся к эквивалентам денежных средств.

Финансовая деятельность представляет совокупность операций, которые приводят к изменениям в размерах и структуре собственного и заемного капитала, исключением является текущая кредиторская задолженность [13].

Таблица 4 – Анализ отчета о движении денежных средств АО «Самарский жиркомбинат» за 2014 – 2016 гг. (в тыс. рублей).

Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Поступления - всего	2529059	2853097	2805573
от продажи продукции	2362451	2731711	2700148
прочие поступления	166608	121386	105425
Платежи - всего	-2234402	-3012922	-2969816
поставщикам за сырье, материалы	-1825402	-2538354	-2596080
оплата труда работников	-79058	-81038	-89096
процентов по ДО	-24195	-109125	-113054
налога на прибыль	-19920	-38671	-23301
прочие платежи	-285901	-245734	-148285
Итого: приток/отток (-) от текущей деятельности	294657	-159825	-164243
Поступления - всего	293930	136042	394991
от продажи ВА	273	200	70
от возврата предоставленных займов, от продажи долговых ценных бумаг	293400	135800	394775
дивидендов, процентов по долговым финансовым вложениям	257	42	146
Платежи - всего	-726000	-275584	-381419
в связи с приобретением, реконструкцией, модернизацией и подготовкой к использованию ВА	-5950	-5729	-1369
в связи с приобретением долговых ценных бумаг, предоставление займов другим лицам	-720050	-269855	-380050

Продолжение таблицы 4

Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Итого: приток/отток (-) от инвестиционной деятельности	-432070	-139542	13572
Поступления - всего	507920	820209	953749
получение кредитов и займов	507920	820209	953749
Платежи - всего	-373620	-520209	-803749
в связи с погашением долговых ценных бумаг, возврат кредитов и займов	-307920	-520209	-803749
на уплату дивидендов и иных платежей по распределению прибыли	-65700		
Итого: приток/отток (-) от финансовой деятельности	134300	300000	150000
Чистый денежный поток	-3113	633	-671

Поступления денежных средств от текущей деятельности уменьшились и показали отток в анализируемом периоде. Это связано в большей степени с увеличением расходов на сырье и материалы, данные платежи очень не пропорциональны друг к другу в 2015 году относительно 2014 и в 2016 относительно 2015 года. Предприятие оказалось заложником снижения курса отечественной валюты к иностранным валютам, что логично привело к увеличению затрат на сырье и материалы, в последствии предприятию за короткий срок удалось приспособиться к данной ситуации и рост в 2016 году относительно 2015 не был таким сильным как годом ранее.

В инвестиционной деятельности уменьшился отток денежных средств в 2015 году относительно 2014 года, а за 2016 год показал приток денежных средств, за счет большего возврата предоставленных займов и за счет меньшего приобретения долговых ценных бумаг и предоставления займов.

В 2015 году относительно 2014 года увеличилось поступление денежных средств на заёмной основе, при этом также увеличились выплаты на погашение иных займов, аналогичная ситуация придерживалась и в 2016 году по отношению к 2015 году. За все три года в финансовой деятельности предприятия наблюдался приток денежных средств и в периоде показал небольшой рост.

Основная проблема заключается в том, что поступления от продажи продукции не покрывают платежи предприятия, приходится прибегать к заимствованию денежных средств, однако нехватку денежных средств можно решить работой с дебиторской задолженностью.

Таблица 5 – Динамика дебиторской и кредиторской задолженности АО «Самарский жиркомбинат» за 2014 – 2016 гг. (в тыс. рублей).

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Дебиторская задолженность	690806	1394142	1518398
Кредиторская задолженность	501427	642608	512556

С 2014 по 2016 года дебиторская задолженность увеличилась на 55%. Увеличивается исключительно краткосрочная дебиторская задолженность. Просроченная и долгосрочная дебиторская задолженность на предприятии отсутствуют.

Таблица 6 – Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности

Показатель	2014 г.	2015 г.	Изменение (+, -)	2015 г.	2016 г.	Изменение (+, -)
Оборачиваемость деб. задолж., в днях	110	137	+27	137	194	+57
Период погашения деб. задолж., в днях	162	141	-21	141	197	+56
Доля деб. задолж. в объеме текущих активов	57,63%	79,07%	+21,44%	79,07%	79,72%	+0,65%

Из приведенных данных в таблице 6, можно сделать следующие выводы:

1. Состояние расчетов дебиторов ухудшилось. Если в 2015 году относительно 2014 было сокращение срока погашения дебиторской задолженности, то в отчетном году этот показатель составил 197 дней, что на 56 дней больше прошлого и на 35 предыдущего года. В целом данные показатели не утешительны в рассматриваемом периоде, ведь нормативное значение погашения дебиторской задолженности в пищевой и перерабатывающей отрасли составляет не более 45 дней.

2. Само состояние дебиторской задолженности ухудшается год от года. Её оборачиваемость с 2014 по 2016 гг. замедлилась на 84 дня.

3. Следует обратить внимание, что качество дебиторской задолженности в анализируемом периоде не ухудшалось, так как вся она является краткосрочной и не в одном из периодов не наблюдалось просроченной дебиторской задолженности.

В динамике за три года отслеживается следующая тенденция, увеличение дебиторской задолженности происходит на фоне роста выручки, это говорит о том, что увеличение прибыли обеспечено приемлемым сроком товарного кредита для покупателей.

Исходя из произведенного анализа, следует, что у предприятия существуют проблемы с дебиторами, однако вся продукция для реализации на внутреннем рынке происходит через аффилированного участника группы компании «НМЖК», филиал «Торговый дом», и расчеты между организациями происходят в установленные ими сроки и условия. Продукция предприятия, реализуемая собственными силами, ведется на экспорт в страны ближнего зарубежья, покупатели рассчитываются своевременно.

Из этого вытекает, что наличие большой дебиторской задолженности не несет серьезных проблем на текущий момент, так как взаимоотношения с покупателями выстроены и приносят прибыль, однако АО «Самарский жиркомбинат» как самостоятельному предприятию все же, необходимо продавливать свои интересы в данном вопросе, например, такими методами как:

- контроль расчетов с покупателями, по отсроченным платежам;
- ориентация на большее число покупателей;
- отслеживать соотношение дебиторской и кредиторской задолженности.

Отталкиваясь из вышеперечисленных выводов, необходимо найти другой способ увеличения прибыли, и для этого мы рассчитаем инвестиционный проект.

В целом предприятие «Самарский жиркомбинат» достойно занимает своё место на рынке среди конкурентных производителей масло-жировой продукции и достойно представляет интересы ГК «НМЖК».

3. Инвестиционный проект о расширении производственных мощностей

3.1. Концепция и характеристика проекта

Удовлетворение спроса РФ и зарубежья в продукте фасованных жаренных семечек (сухой жарки, «фритюрной» семечки) при условии приобретения и ввода в эксплуатацию новых технологических линий по производству семечки, приобретения складского и холодильного оборудования.

Семечки всегда были в авангарде у российского потребителя, так сложилось исторически. С середины позапрошлого десятилетия производство (обжарка) семечек перекачивала из кухонных владений в производственные цеха, самых различных масштабов. Внедрение фасованной подачи жареных семечек стало набирать популярность у потребителя, которое постоянно остается высоким. Даже в кризисные годы продажи данного продукта не падали, покупатель чаще выбирает семечки, как снэк, нежели арахис или попкорн, по причине доступности цены к объему [30].

В настоящее время склад готовой продукции АО «Самарский жиркомбинат» находится в неудовлетворительном техническом состоянии. Здание построено в 1989 г., капитальный ремонт не проводился с момента постройки - 27 лет. Площадь склада используется не рационально - склад разделен на 7 камер, что значительно увеличивает время обработки заказа и снижает объем хранения готовой продукции. Стеллажное оборудование установлено не во всех камерах и не соответствует техническим параметрам и безопасности хранения размещаемой готовой продукции.

Предлагаемый проект позволит увеличить емкость хранения на складе готовой продукции и повысить качество и скорость обработки заказов клиентов.

Кроме того, действующая система охлаждения на складе готовой продукции обеспечивает температуру +14 + 15 °С в летние месяцы и до +5 °С в зимнее время.

Согласно установленным норм, а также контрактным условиям, отгрузка готовой продукции клиентам должна осуществляться при температуре от 0° до +6°С. Таким образом, при существующей системе охлаждения, температурный

режим склада не позволяет обеспечить соблюдение технологических норм хранения готовой продукцией и контрактных условий перед клиентами.

В настоящий момент на складе готовой продукции установлено аммиачная система охлаждения, которая является химически опасным объектом (аммиак обладает высокой токсичностью и взрывоопасностью), контролируется госорганами и требует содержания дополнительного штата сотрудников при эксплуатации. Использование аммиака, как потенциально опасного газа, строго регламентируется правилами безопасности аммиачных холодильных установок.

Указанные недостатки аммиака приводят к возникновению серьезных организационно-технических и юридических проблем в процессе проектирования, монтажа и эксплуатации аммиачных холодильных установок.

В проекте предлагается замена аммиачного холодильного оборудования на фреоновые установки, холодопроизводительностью 984 кВт, позволяющих круглогодично поддерживать температуру на складе +1 °С.

Цели реализации проекта:

- усиление рыночных позиций АО «Самарский жиркомбинат» на рынке;
- дальнейшее развитие бизнеса;
- повышение качества, конкурентоспособности и расширение ассортимента выпускаемой продукции;
- наращивание экспортного потенциала;
- замещение импорта.

Задача производства – обеспечить потребности рынка необходимым объемом продукции соответствующего качества.

Основная цель – удовлетворения спроса на рынке в продукте сухой жарки.

Таким образом, несвоевременное обеспечение объема продаж производственными мощностями может привести к потере доли рынка, ослаблению конкурентных позиций, а так же к снижению доходности и потенциальной потере прибыли.

Жарочное оборудование – предлагается приобрести производства ООО НПО «Тайфун-Инновация» (см. прил. 2).

Фасовочное оборудование – рассматриваются коммерческие предложения фирм Бестром, Полпак и пр (см. прил.2).

Холодильное оборудование - ЦХС на базе 3х полугерметичных компрессоров ВОСК (Германия) СТ Воск 3xHGХ6/141 ОД2Н1Н2Н3, Конденсатор КСЕ 68А3, Воздухоохладитель ЕСО СТЕ 632В6F ED, Комплект автоматики ВО и шкаф управления (см. прил. 2).

Складское оборудование (стелаж) - Рама СИ110х1,5 5000х1050 в комплекте с подпятниками, балка КП 140-2700 в комплекте с фиксаторами, анкерный болт 12 х 100, балка КП 80-1825 в комплекте с фиксаторами, защита стойки СИ70-110 в комплекте с крепежом, защитное ограждение дв. ряда-2450 (СИ70-110, КП) в комплекте с крепежом, защитное ограждение од. ряда-1150 (СИ70-110, КП) в к-те с крепежом.

Общая сумма инвестиций по проекту составляет 141 409 тыс. руб. включая НДС, оборудование 101 233 тыс. руб. строительно-монтажные работы и непредвиденные расходы 40 176 тыс. руб. Перечень инвестиционных мероприятий и их стоимость представлена в таблице 7.

Таблица 7 – Инвестиционные вложения по проекту «Расширения производственных мощностей» на ОА «Самарский жиркомбинат»

№ п/п	Наименование	Стоимость, тыс. руб., с НДС
1.	Основное оборудование:	101 233
1.1	Фотосепаратор	7 340
1.2	Установки для сушки и жарки	13 730
1.3	Шлифовка	1 760
1.4	Установка для соления	4 860
1.5	Пусконаладка	1 018
1.6	Линия обжарки семечки во фритюре ЛФ 2000	7 300
1.7	Упаковочная машина для пакета ПП100гр	7 300
1.8	Упаковочная машина для пакета ДП2500гр	17 009
1.9	Весовой комплекс	1 595
1.10	Подъемник	550
1.11	Погрузочная техника	2 555
1.12	Вспомогательное оборудование	1 500
1.13	Вентиляция	3 350

Продолжение таблицы 7

№ п/п	Наименование	Стоимость, тыс. руб., с НДС
1.14	Материалы и монтажные работы	3 363
1.15	Лабораторное оборудование	1 148
1.16	Стеллажное оборудование	3 454
1.17	Холодильное оборудование	23 400
2.	Строительно-монтажные работы, материалы	40 176

Инвестиционные вложения и ввод оборудования в эксплуатацию запланированы на первые два года.

График выполнения работ по проекту «Расширения производственных мощностей» осуществляется за 16 месяцев.

Таблица 8 – График выполнения работ

Наименование работ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Принятие решения	■															
Разработка КД	■	■	■													
Заключение договора на основное оборудование и поставка		■	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■			
Приобретение материалов и вспомогательного оборудования					■	■	■	■				■	■	■		
Строительные работы					■	■	■	■								
Подведение коммуникаций							■	■								
Монтаж оборудования							■	■							■	
Пусконаладка								■	■							■

Проект по расширению производственных мощностей производства фасованных жареных семечек имеет хорошие экономические показатели - окупается в горизонте – 2,8 года.

Финансирование данного проекта исполняется за 14 месяцев (1 год 2 месяца). Основная доля поступлений денежных средств осуществляется за первый год

137 314 тыс. рублей и 4 095 тыс. рублей за второй, динамика финансирования проекта по месяцам продемонстрирована на Рисунке 3.

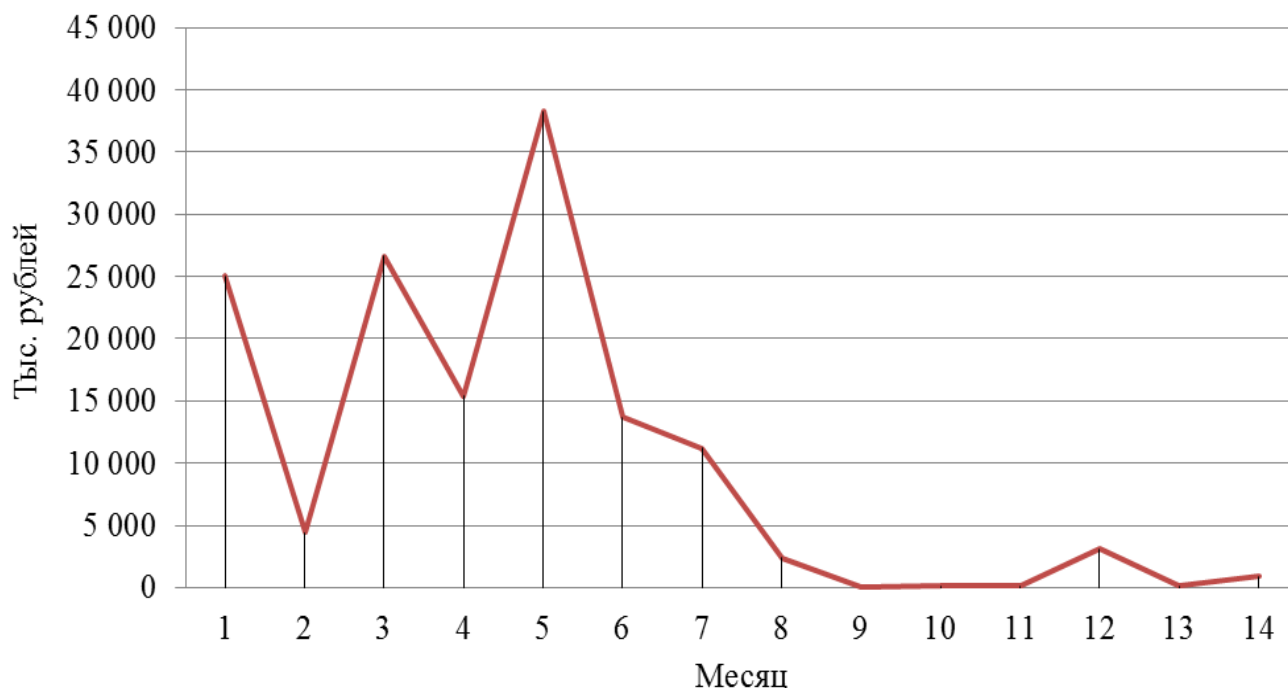


Рисунок 3 – График финансирования проекта (в тыс. рублей).

3.2. План продаж

Самарский жиркомбинат работает на высоко конкурентном рынке товаров и занимает лидирующие позиции в категории «Майонезы», крайне перспективным для предприятия представляется категория «Семечек», в которой комбинату придется активно расти. Во многом успех возможен благодаря дистрибуторам, которые составляют около половины всех продаж предприятия: это один из приоритетных каналов для развития.

Однако сегодня дистрибуторский канал сталкивается с новыми вызовами. Стремительный рост федеральных сетей и интернет-продаж сокращает традиционную торговлю, что, в свою очередь ведет к падению объема продаж в дистрибуторском канале, в ближайшем будущем эта тенденция будет развиваться. В такой ситуации конкуренция среди дистрибуторских компаний будет усиливаться, ускорится процесс слияний и поглощений. В более выгодном положении окажутся те компании, которые смогли развить хорошую и качественную инфраструктуру, оптимально настроить бизнес-процессы и сократить постоянные издержки, а так же

те компании, которые способны быстро и качественно запускать новые проекты, выходить на новые для себя рынки.

Для того, чтобы обеспечить дальнейший устойчивый прибыльный рост бизнеса, Самарскому жиркомбинату необходимо создать долгосрочную стратегию работы с дистрибуторами, которая бы позволила предприятию с наименьшими логистическими расходами донести высокое качество продукта до конечного потребителя. Выбранная стратегия должна отвечать текущим вызовам рынка, также обеспечить фундамент развития данного канала. Формирование надежной дистрибуционной сети также направлено на обеспечение высококачественного сервиса для клиентов и получения всей необходимой информации о рынке, в первую очередь – о розничных точках, в которые приходят покупатели продукции Самарского жиркомбината.

Многое предстоит сделать в части создания новых торговых условий, где необходимо определить прозрачные правила работы, требования к инфраструктуре покупателя, все стандарты работы и ключевые бизнес-процессы, а также рекомендованная единая ценовая архитектура, которая обеспечит правильное ценовое позиционирование на рынке по сравнению с конкурентами.

Развитие продаж фасованной жареной семечки в долгосрочном периоде:

- сохранение / консервативный рост по каналу традиционная розница (в свете рыночных тенденций укрупнения сетевого канала и сокращения традиционной розничной торговли);

- листинг в локальные сети на уровне не менее 80% от ТОП 20 сетей каждого региона;

- листинг в национальные сети (и в первую очередь в ключевые дискаунтеры Пятерочка и Магнит).

Также проект предусматривает запуск фритюра:

- для стран СНГ под брендом «Степановна Export». Ротация «сухой» жарки и перевод зарубежных поставок на 100% фритюр;

- тестирование зонтичного бренда для РФ (Ряба, Кремлевские). Разработка и утверждение концепта;

- при условии положительных тестов нового бренда - выход на рынок РФ с фритюрной семечкой под зонтичным брендом (примерно спустя год после запуска фритюра для экспорта).

Размещение производства «фритюрной» семечки целесообразно совместить с проектом сухой жарки в рамках проекта:

- ввиду относительно низких объемов продаж «фритюрной» семечки на начальных этапах предлагается совместить 2 производства («сухая» жарка и «фритюрная» в рамках одного производства) с единым фасовочным оборудованием;

- «условное» объединение производств позволит минимизировать инвестиции (в частности в фасовочное оборудование – нет необходимости создавать 2 полноценных участка) и существенно снижает риски в случае, если плановые показатели по фритюрному продукту не будут достигнуты.

Распределение произведенной продукции по формату фасовки и структура сбыта, представлена в Рисунках 4, 5.

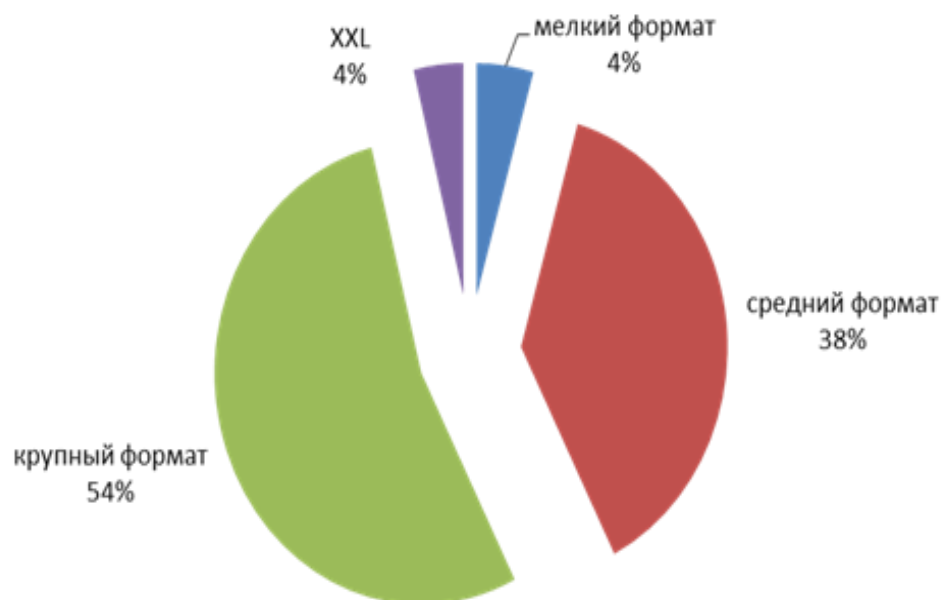


Рисунок 4 – Структура продажи продукции по ассортименту.

Крупный формат упаковки 250 гр., средний формат 90, 100 гр., мелкий формат 40 гр. и формат упаковки XXL 450 гр.

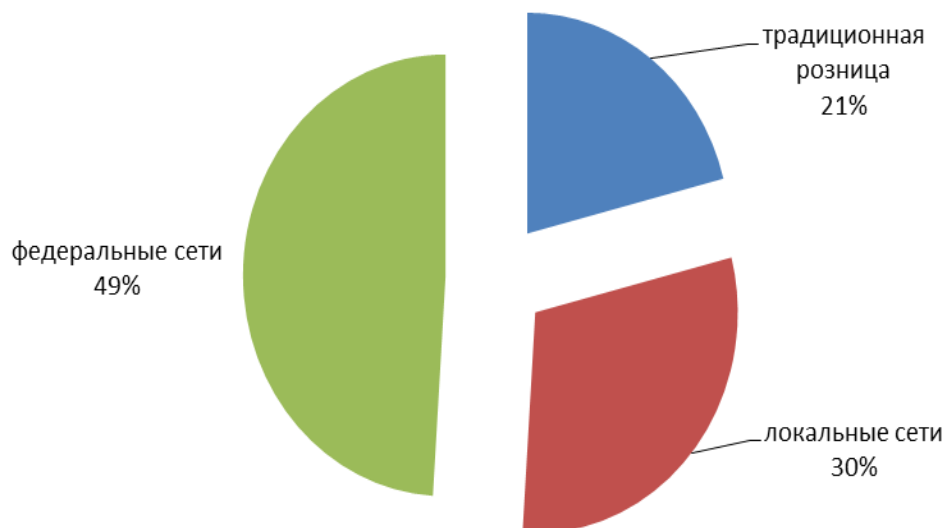


Рисунок 5 – Структура продаж по каналам сбыта.

План продаж и производства, себестоимость и ценовая политика по фасованной семечке АО «Самарский жиркомбинат».

Таблица 9 - План продаж

Показатель	1, тн/год	2, тн/год	3, тн/год	4, тн/год	5, тн/год
Дополнительный объем от реализации	1 262	8 546	9 792	9 792	9 792
Сухая жарка	1 065	7 071	7 717	7 717	7 717
Фритюр	197	1475	2075	2075	2075

Себестоимость фасованной семечки составляет в среднем 90-100 тыс. рублей на 1 тонну. Доля статей затрат в полной себестоимости приведена в Таблице 10.

Таблица 10 – Расчет себестоимости

Статья затрат	Доля статей, %
Переменные издержки, в том числе:	66,3
- сырье и материалы	64,1
- расходы на топливно-энергетические ресурсы	0,5
- фонд заработной платы	1,4
- начисления на фонд заработной платы	0,4
Постоянные производственные затраты	3,1
Административные расходы	3,7
Коммерческие расходы	30,5
Итого себестоимость	100

Как видно из таблицы, себестоимость фасованной семечки более чем на 60% состоит из сырья и, поэтому оптовая цена товара напрямую зависит от сырьевой

составляющей и определяется исходя из сложившейся сырьевой конъюнктуры на внутреннем и внешнем рынках.

При реализации проекта «Расширение производственных мощностей производства фасованных жареных семечек» возникает необходимость в привлечении дополнительного персонала. Проект предусматривает дополнительную численность в количестве 36 человек, в том числе операторы, мастера, механик, лаборанты, контролеры.

3.3. Расчет окупаемости проекта

Обжаренные семена подсолнечника будут выпускаться под брендом «Степановка». Продукция высокого качества самих семечек, проходит многоступенчатую очистку, внимательную обжарку и доброкачественную упаковку. Под данным брендом выпускаются жареные семечки с 2011 года в ГК «НМЖК». Самарский жиркомбинат как один из производителей продукции Группы, имея возможности расположить на своей территории мощности, для производства фасованных жареных семечек, может улучшить свои финансовые показатели и поддержать развитие и укрепление продукции Группы на рынке.

Рынок фасованных жареных семечек очень насыщен, на нем присутствуют как доброкачественные продукты, так и продукция низкого качества, обуславливается это тем, что оборудование для обжарки и фасовки не требует очень серьезных затрат, тем более если масштабы не большие. Однако, такие не крупные производители зачастую в погоне за прибылью пренебрегают качеством, что подводит под угрозу здоровье потребителей. Исходя из вышеперечисленного, продукция Самарского жиркомбината в виде фасованных жареных семечек под брендом «Степановка», должна делать упор на реализацию своей продукции в крупнейшие торговые сети, это направление наиболее перспективно. Сегодня если твой продукт находится на прилавках этих магазинов, то это подчеркивает высокое качество, не только на своих словах, а на доверии к тебе ритейлеров. Так в феврале 2016 был осуществлен федеральный листинг бренда - «Степановка» введена в торговую сеть «Пятёрочка» [25].

Исходная информация для расчета отпускных цен и коммерческих затрат проекта:

- источник окупаемости проекта – разница между себестоимостью продукции собственного производства в сравнении с аутсорсинговым продуктом.

- дополнительно учтено снижение средней цены реализации продукции за счет изменения микса по каналам сбыта (рост сетей, и, как следствие, снижение средних цен и маржи);

- расчет окупаемости произведен, исходя из условия, что структура продаж (по каналам сбыта, по ассортименту) по продукции собственного производства и аутсорсингового совпадает;

- ввиду отсутствия конкурентоспособного аутсорсингового предложения по фритюрной семечке – источником окупаемости проекта является полная маржа по данному виду продукции;

- сохранение существующих базовых цен на краткосрочной перспективе. В случае необходимости (существенный рост цен на исходное сырье) – стратегия повышения цен с учетом сохранения доходности категории (руб./кг.).

Таблица 11 – Исходная информация для расчета окупаемости

Наименование показателя		Ед. измерения	Значение
Семена подсолнечника обжаренные "Степановна", в ассортименте		Руб./кг., без НДС	16,71
Семена подсолнечника обжаренные "Степановна Export" (фритюрная), в ассортименте – для стран зарубежья		Руб./кг., без НДС	32,96
Внепроизводственные расходы		Руб./тонн	2,6
Постоянные производственные издержки:	- первый год	Тыс. рублей	1520
	- второй и последующие годы	Тыс. рублей	1787

Затраты на перемещение и аренду склада для хранения фасованной жареной семечки и фритюра составили бы 1 227 тыс. рублей без НДС.

Финансирование проекта рассчитывается полностью осуществлять за счет привлеченных кредитных ресурсов. Общая сумма финансирования 141 409 тыс. рублей в.т.ч НДС, ставка привлечения кредитных средств составит 10,5% годовых, срок полезного использования оборудования 8 лет.

Таблица 12 – Расчет окупаемости проекта

Наименование показателя	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	Итого
Положительный эффект от увеличения производственных мощностей, тыс. руб.	2 898	80 983	104 279	104 279	104 279	396 718
логистические затраты	1 148	7 773	8 907	8 907	8 907	35 643
постоянные затраты	8 700	24 089	24 089	24 089	24 089	105 057
внепроизводственные расходы	3 312	22 425	25 696	25 696	25 696	102 825
Экономия от отказа арендованного склада, тыс. руб.	6 137	14 730	14 730	14 730	14 730	65 057
ЕВITDA, тыс. руб. (+)	6 393	80 983	104 279	104 279	104 279	400 214
Амортизация	4 178	10 644	10 849	10 849	10 849	47 369
Налог на прибыль, тыс. руб.	39	12 333	18 374	18 686	18 686	68 118
Итого поток от операционной деятельности, тыс. руб.	6 354	68 650	85 905	85 593	85 593	332 096
Инвестиционные затраты, тыс. руб. (нарастающим итогом)	137 314	4 095	-	-	-	141 409
Инвестиции	137 314	4 095	-	-	-	141 409
Возмещение НДС, тыс. руб.	20 946	625	-	-	-	21 571
Итого поток от инвестиционной деятельности, тыс. руб.	-116 368	- 3 470	-	-	-	- 119 838
Кредитный портфель начало периода, тыс. руб.	942 467	1 035 046	205 617	-	-	
Привлечение кредитов, тыс. руб.	115 866	-	-	-	-	115 866
Гашение кредитов, тыс. руб.	5 852	65 180	48 204	-	-	119 236
Кредитный портфель на конец периода, тыс. руб.	1 052 481	969 866	157 413	-	-	
Начисленные проценты за кредит, тыс. руб.	8 607	8 651	1 534	-	-	18 793

Продолжение таблицы 12

Наименование показателя	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	Итого
Итого поток от финансовой деятельности, тыс. руб.	92 799	- 73 831	- 49 738	-	-	- 30 770
Чистый денежный поток, тыс. руб.	- 110 014	65 180	85 905	85 593	85 593	212 257
Дисконтированный денежный поток, тыс. руб.	-110 153	59 957	72 853	66 753	61 393	150 802
Чистая приведенная стоимость (NPV), тыс. руб.	-110 153	- 50 196	22 657	89 410	150 802	150 802

Исходя, из данных представленных в таблице 12 следует, что период окупаемости и срок возврата инвестиций с момента открытия финансирования составит 33 месяца, с момента запуска оборудования – 26 месяц. Точкой безубыточности проекта будет производство и реализация 154 698 тонн фасованной семечки. Чистая приведённая стоимость на горизонт расчета составляет 150 802 тыс. рублей. Допустим, что запуск данного проекта состоялся в 2012 году, это позволило бы Самарскому жиркомбинату увеличить чистую прибыль со 112 542 тыс. рублей до 263 344 тыс. рублей в отчетном 2016 году.

Заключение

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы были изучены теоритические аспекты управления финансовыми результатами предприятия. В теоритической части были рассмотрены виды прибыли, и дана характеристика прибыли как конечному финансовому результату деятельности предприятия. Изучен факторный анализ собственного капитала, показатели рентабельности и коэффициенты деловой активности, такие понятия, как центры финансовой ответственности и рассмотрен попроцессный подход к формированию себестоимости единицы продукции.

Во второй части работы была представлена характеристика масложирового предприятия, рассмотрена его структура, и технико-экономические показатели его деятельности. Далее, во второй части работы, для корректного анализа финансового состояния предприятия, был проведен анализ и дана оценка финансовым результатам деятельности изучаемого предприятия, из которой были сделаны выводы, что масложировой комбинат имеет устойчивое финансовое состояние, несмотря на большую дебиторскую задолженность, не имея просроченных долгосрочных задолженностей, предприятие в установленные сроки получает денежные средства за собственную продукцию и на данном фоне не испытывает серьезных затруднений. Предприятие имеет возможность производить расчеты в срок по своим текущим обязательствам. Предприятие приносит прибыль. Однако, было принято решение для того чтобы увеличить прибыль предприятия, необходимо повышение мощностей, и развертывания нового производства.

В третьей главе работы был представлен план проекта по увеличению производственных мощностей на предприятии и модернизации склада готовой продукции. Данный проект акцентирован на увеличение прибыли и покрытия потребительского спроса. В результате расчета проекта было выявлено следующее:

1. Финансирование проекта осуществляется за счет привлеченных ресурсов, в размере 141 409 тыс. рублей, за 14 месяцев, запуск оборудования на первоначальном этапе 9 месяцев, а для выхода полную мощность за 16 месяцев.

2. Благодаря вводу в эксплуатацию модернизированного склада готовой продукции приводит к отказу услуг аренды склада, и как следствие экономии денежных средств. За 5 (пять) лет экономия от отказа арендованного склада 65 057 тыс. рублей.

3. Период окупаемости и срок возврата вложенных в данный проект инвестиций составляет 33 месяца.

Вывод: предприятию, чтобы для улучшения своего финансового состояния, необходимо увеличивать прибыль, за счет ввода в эксплуатацию модернизированного склада готовой продукции, а так же реализации проекта по увеличению производственных мощностей, который позволит увеличить долю собственной продукции на рынке.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс РФ. Часть первая. От 30.11.1994 г. №51-ФЗ (в ред. Фед. закона от 21.07.2005 № 109-ФЗ).
2. Федеральный Закон «Об акционерных обществах» от 26.01.1995г. №208-ФЗ (в ред. Фед. закона от 31.12.2005 №208-ФЗ).
3. Артеменко В. Г., Беллендир М. В. Финансовый анализ. М. : Дело-Сервис, 2012. 152 с.
4. Атаулов Р. Р. Взаимосвязь качества продукции и финансового результата деятельности // Азимут научных исследований : экономика и управление. 2013. № 4. С. 9-11.
5. Афоничкин А.И., Журова Л.И. Михаленко Д.Г. Основы финансового менеджмента: Учеб. пособие. Тольятти: Изд. Волжского университета имени В.Н. Татищева, 2011.
6. Басовский Л.Е. Финансовый менеджмент: Учебник / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
7. Баханькова, Е.Р. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие / Е.Р. Баханькова. - М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2011. - 255 с.
8. Вахрушева О.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие / О.Б. Вахрушева. - М.: Дашков и К, 2012. - 252 с.
9. Великая Е. Г., Чурко В. В. Индикаторы оценки эффективности организации // Балтийский гуманитарный журнал. 2014. № 2. С. 57-61.
10. Воронова Е.Ю. Управленческий учет: Учебник для бакалавров / Е.Ю. Воронова. - М.: Юрайт, 2013. - 551 с.
11. Иванов В.В. Управленческий учет для эффективного менеджмента / В.В. Иванов, О.К. Хан. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 208 с.
12. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / В.Б. Ивашкевич. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2011. - 576 с.
13. Ильенкова С. Д. Экономика и статистика предприятия. М. : Финансы и статистика, 2012. 240 с

14. Калиновский С.А. Управленческий учет и анализ использования технологической оснастки: Монография / С.А. Калиновский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 156 с.
15. Керимов В.Э. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / В.Э. Керимов. - М.: Дашков и К, 2012. - 484 с.
16. Кондраков Н.П. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие / Н.П. Кондраков М.А. Иванова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
17. Лысенко Д.В. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / Д.В. Лысенко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 478 с.
18. Мизиковский И.Е. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие / И.Е. Мизиковский, А.Н. Милосердова, В.Н. Ясенев. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 112 с.
19. Молчанов С.С. Управленческий учет за 14 дней. Экспресс-курс / С.С. Молчанов. - СПб.: Питер, 2013. - 480 с.
20. Палий В.Ф. Управленческий учет издержек и доходов (с элементами финансового учета) / В.Ф. Палий. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 279 с.
21. Сергеева И.А. Управленческий учет в сельском хозяйстве: Учебник / Л.И. Хоружий, О.И. Костина, Н.Н. Губернаторова, И.А. Сергеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 207 с.
22. Шнайдер О. В., Агуреева Т. П. Система внутреннего аудита качества и её влияние на прибыль предприятия // Карельский научный журнал. 2014. № 3. С. 114.
23. Яруллин Р. Р. Реализация программно-целевого формирования бюджетов субъектов Российской Федерации // Актуальные проблемы экономики и права. 2014. № 4 (32). С. 221.
24. Этрилл, П. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов / П. Этрилл, Э. МакЛейни; Пер. с англ. В. Ионов. - М.: Альпина Пабл., 2012. - 648 с.
25. Солнечный остров: Журнал: / издание ГК «НМЖК» 2016. № 2. С. 13.
26. Агро – Информ: Журнал: / Самара АРИС декабрь 2016. С. 40.
27. Сайт информационного агентства «Рос Бизнес Консалтинг» [электронный ресурс]. - Режим доступа: www.rbc.ru

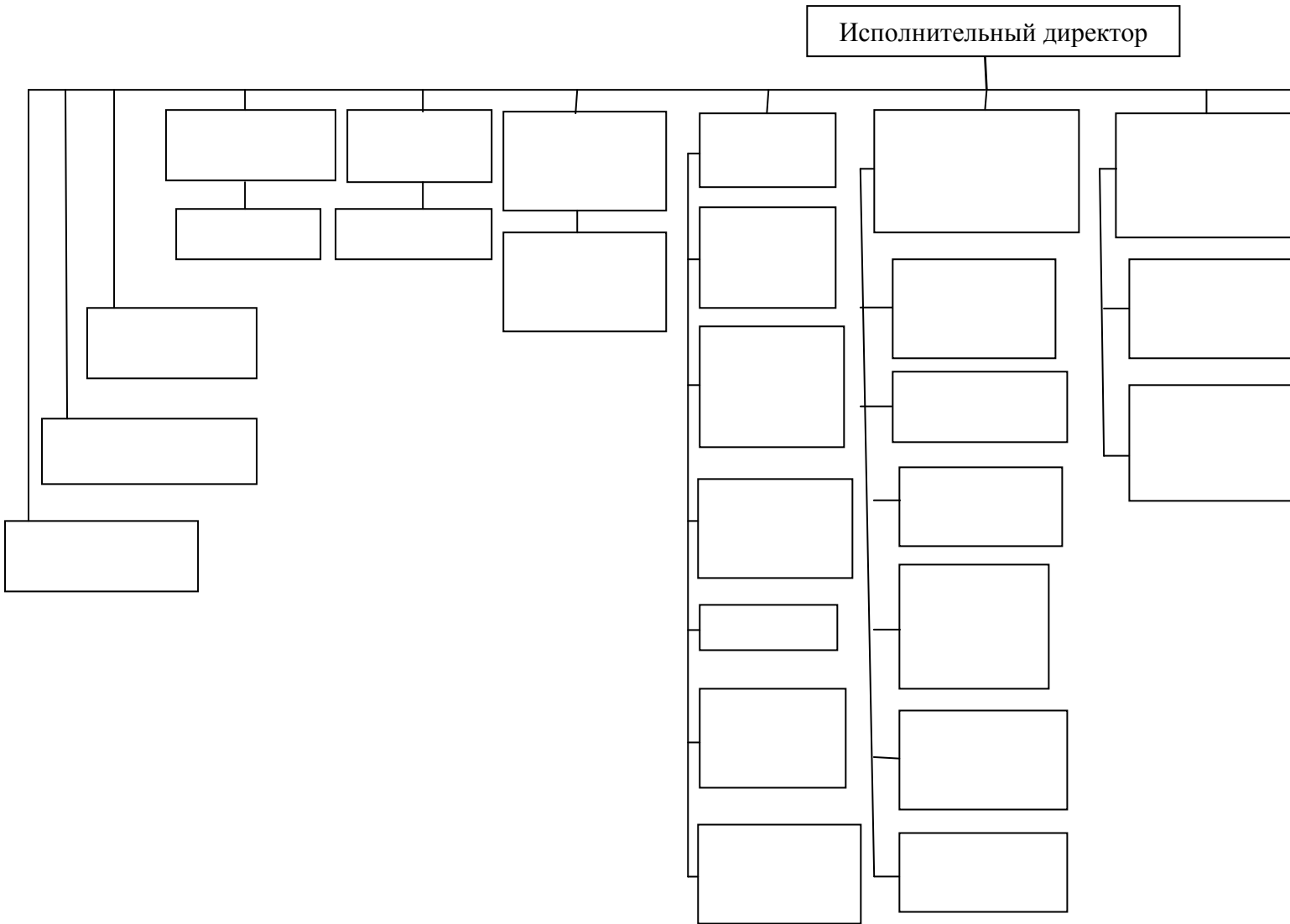
28. Справочно-правовая система «Консультант-Плюс» [электронный ресурс]. – www.Konsultant.ru

29. Официальный сайт Группы компаний «НМЖК» [электронный ресурс]. – www.nmgk.ru

30. Официальный сайт РОСАГРОПРОМАСОЮЗА [электронный ресурс]. – www.apsr.ru

Приложение 1

Организационная структура управления АО «Самарский жиркомбинат»



Оборудование

Жарочное оборудование – ООО НПО «Тайфун-Инновация»;



Фасовочное оборудование фирмы - Бестром;



Холодильное оборудование - ВОСК (Германия).

