БЕЛОРУССКИЙ ГСОУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОМАРТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

Кафедра менеджмента

**РЕФЕРАТ**

**На тему:**

**«АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СООО «ВИДЕОМАКС»»**

МИНСК, 2009

**Анализ выпущенной и реализованной продукции**

Основной вид деятельности компании – производство и реализация VHS (видео-кассеты) и DVD-дисков. В табл. 1 показаны соответственно оптовые цены продукции в ассортименте (с НДС, без надбавки) и объемы продаж продукции за период 2006-2008 гг.

Таблица 1

Оптовые цены продукта в ассортименте, р.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| VHS | DVD | VHS | DVD | VHS | DVD |
| CTHE (Категория А) | 7 128 | 19 008 | 6 480 | 9 504 | 6 004 | 9 504 |
| CTHE (Категория В) | 17 792 | 8 208 | 8 208 |
| Buena (Категория А) | 21 300 | 16 200 | 14 688 |
| Buena (Категория В) | 20 160 | 15 336 | 13 608 |
| Крупный план | - | - | 15 552 |
| Средняя цена |  | 19 584 |  | 12 204 |  | 11 880 |

Как видно и табл. 1, за период 2006-2008 гг. оптовая цена на продукцию снижается: VHS - на 15,8%, DVD - в среднем на 39,3%. Это связано как со снижением закупочной стоимости DVD, так и со снижением затрат на производство.

Таблица 2

Распределение объёмов продаж за период 2006-2008 гг.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| VHS | DVD | VHS | DVD | VHS | DVD |
| В стоимостном показателе, р. |
| 89 3620 | 2 029 792 | 2 699 623 |
| 848 759 | 44 681 | 1 319 320 | 710 472 | 863 879 | 1 835 744 |
| В количественном показателе, шт. |
| 121 355 | 261 814 | 298 408 |
| 119 074 | 2 281 | 203 598 | 58 216 | 143 884 | 154 524 |

Как видно из табл. 2, основной денежный оборот компании в 2007 г. составляло производство и продажа VHS-продукции (95%) и всего 5% DVD реализовалось в общем денежном объеме. Это было связано с высокими ценами на лицензионные диски по сравнению VHS. Разница составляла от 2,5 до 2,8 раз.



Рис. 1. Объёмы продаж в количественном выражении за 2006-2008 гг.



Рис. 2. Объёмы продаж в стоимостном выражении за 2006-2008 гг.

В 2007 г. ситуация изменилась в связи с решением некоторых зарубежных компаний-производителей снизить закупочные цены на DVD диски. В частности, Columbia Tristar Pictures для стран СНГ и Беларуси регламентировало снижение цены ровно в два раза, что непосредственно отразилось на розничную цену товара и стала толчком для продвижения лицензионных дисков на рынке мультимедийной продукции. Так, в 2007 г. на долю 22,2% проданных дисков в количественном выражении объём продаж DVD составил 35% от общего. В этом году так же увеличились продажи DVD-аппаратуры и розничный потребитель готов был купить лицензионный диск из-за высоких характеристик, компактности и долгого срока службы.

В 2008 г. разница в цене между кассетами и дисками составила уже в среднем 1,5-1,9 раза, на долю 51,8% реализованных дисков пришёлся оборот в 68% от всего объёма.



Рис. 3. Динамика изменения объёма реализованной продукции в 2006-2008 гг.

Как видно из рис. 3, объём реализованной продукции постоянно увеличивается. Это связано с тем, что цена реализации DVD больше, чем VHS. Если в 2007 г. объём продаж базировался 95% на кассетах, стоимость которых изменяется от 6 004 р. до 7 128 р., то в 2008 г. 68% объёма продаж составляла реализация DVD-дисков, стоимость которых составляет от 8 208 р. до 15 552 р.

**Анализ себестоимости продукции**

Себестоимость продукции - один из важнейших экономических показателей деятельности промышленных предприятий и объединений, выражающий в денежной форме все затраты предприятия, связанные с производством и реализацией продукции.

Себестоимость показывает, во что обходится предприятию выпускаемая им продукция. В себестоимость включаются перенесенные на продукцию затраты прошлого труда (амортизация основных фондов, стоимость сырья, материалов, топлива и других материальных ресурсов) и расходы на оплату труда работников предприятия (заработная плата).

Для анализа уровня и динамики изменения стоимости продукции используется ряд показателей. К ним относятся: смета затрат на производство, себестоимость товарной и реализуемой продукции, затраты на один рубль товарной (реализованной) продукции.

Рассмотрим в табл. 3 распределение расходов между постоянными и переменными за период 2006-2008 гг.

Таблица 3

Распределение расходов между постоянными и переменными

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Элементызатрат | 2007 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| всего млн. р. | уд. вес в с/с, % | всего млн. р. | уд. вес в с/с, % | всего млн. р. | уд. вес в с/с, % |
| Себестоимость товарной продукции, в том числе: | 647 219 | 100,0 | 1 632 270 | 100,0 | 2 173 490 | 100,0 |
| 1. Материаль-ные затраты | 127 502 | 19,7 | 285 647 | 17,5 | 349 932 | 16,1 |
| 1.1. Сырьё и материалы | 127 502 | 19,7 | 285 647 | 17,5 | 349 932 | 16,1 |
| 2. Расходы на оплату труда, отчисления на социальные нужды | 255 652 | 39,5 | 670 863 | 41,1 | 919 386 | 42,3 |
| 3. Амортизация основных средств и нематериальных активов | 20 711 | 3,2 | 52 233 | 3,2 | 69 552 | 3,2 |
| 4. Прочие расходы | 243 354 | 37,6 | 623 527 | 38,2 | 834 620 | 38,4 |
| Постоянные расходы | 264 065 | 40,8 | 675 760 | 41,4 | 904 172 | 41,6 |
| Переменные расходы | 383 154 | 59,2 | 956 510 | 58,6 | 1 269 318 | 58,4 |

В себестоимости реализуемой продукции главный удельный вес занимают материальные затраты (затраты на сырьё и материалы) и прочие расходы (услуги банка, услуги связи, аренда и эксплутационные расходы, расходы по импорту и роялти). Роялти - это постоянный платёж за предоставление исключительных прав на определённую продукцию, распространяемую компанией СООО «ВИДЕОМАКС» на территории РБ. Эта константа регламентируется зарубежным правообладателем и составляет, как правило, 26-31% от всей себестоимости продукта (стоимость Роялти прописывается в каждом контракте). Что самым непосредственным образом влияет на конечную розничную цену товара. Структура производственных затрат компании (роялти выделено отдельно) в 2008 г. изображена на рис. 4.

Рис. 4. Структура себестоимости продукции СООО «ВИДЕОМАКС» в 2008 г.

Согласно данным, себестоимость товарной продукции в 2006-2008 гг. увеличивается в среднем на 42,6%. На это повлияло увеличение всех вышеперечисленных элементов затрат:

* увеличение материальных затрат на 36,9% в связи с переходом на более качественные материалы (боксы под видео и DVD, плёнка высокого качества);
* увеличение расходов на оплату труда, отчисления на социальные нужды на 45,5% в связи с увеличение заработной платы работников;
* увеличение прочих расходов на 43,2% в связи с увеличение затрат по импорту продукции, увеличение объёмов рекламной продукции (банеры, ростовые фигуры, плакаты высшего качества различных форматов);
* доля амортизация остаётся неизменной.

Далее, в табл. 4-7 проведём пофакторный анализ влияния различных факторов на изменение общей сметы затрат на производство и реализацию продукции, а так же на изменение затрат на рубль произведённой продукции.

Таким образом, из вышеперечисленных расчетов (табл. 4-5 «Влияние факторов на изменение общей сметы производства и реализацию произведённой продукции в 2006-2008 гг.») можно сделать следующие выводы: при изменении объемов продаж в 2007 г. по сравнению с 2006 г., общая смета затрат на производство и реализацию произведённой продукции увеличились на 2,5 раза. Такое увеличение произошло за счёт увеличения: объёмов продаж на 831 385 млн. р.; суммы постоянных расходов на 412 584 млн. р. и ставки переменных расходов на единицу произведённой продукции соответственно на 117 816 млн. р. Общая смета затрат на производство и реализацию произведённой продукции за этот период уменьшилась за счёт изменения структуры произведенной продукции на 386 734 млн. р.

А при изменении объемов продаж в 2008 г. по сравнению с 2007 г. на 33% общая смета затрат на производство и реализацию произведённой продукции увеличились на 30%. Такое увеличение произошло за счёт увеличение объёмов произведённой продукции, ставки переменных расходов на единицу продукции и суммы постоянных расходов соответственно на 489 681 млн. р., 179 045 млн. р., 229 496 млн. р. За счёт изменения структуры произведённой продукции общая смета затрат уменьшилась на 357 022 млн. р.

Затраты на один рубль товарной (реализованной) продукции - наиболее известный на практике обобщающий показатель, который отражает себестоимость единицы продукции в стоимостном выражении обезличенно, без разграничения ее по конкретным видам. Он широко используется при анализе снижения себестоимости и позволяет, в частности, характеризовать уровень и динамику затрат на производство продукции в целом по промышленности.

Он рассчитывается как отношение полной себестоимости продукции к стоимости этой продукции в отпускных ценах производителя. Как видно из табл. 6-7 выше проведённого расчета, за период 2006-2008 гг. данный показатель находиться на уровне 0,57-1,07. Можно судить об особом влиянии на изменение себестоимости продукции следующих факторов: объёма произведённой продукции, структуры произведённой продукции и суммы постоянных расходов.

В дальнейшем, необходимо изучить рынок возможных зарубежных компаний производителей, так как незначительные изменения в величине роялти сказывается на себестоимости производимой продукции.

**Анализ прибыли компании**

Прибыль – это важнейшая категория рыночной экономики. Прибыль, точнее ее максимизация, выступает непосредственной целью производства в любой отрасли национальной экономики. Категория прибыли является объектом экономической теории не одно столетие и неразрывно связывается с категориями дохода, капитала, процента, его ставки, воздержания, ожидания и многими другими.

В табл. 3.8 представлены доходы и расходы CООО «ВИДЕОМАКС» по видам деятельности за период 2006-2008 гг. (по данным прил. 2, 4, 6):

* 1. Доходы и расходы по видам деятельности (прибыль от реализации).
	2. Операционные доходы и расходы:
* проценты, полученные и выплаченные по облигациям, депозитам, государственным ценным бумагам и за предоставление и уплату кредита;
* доходы от участия в других организациях;
* расходы по содержанию законсервированных объектов и производственных мощностей и аннулированию производственных заказов (договоров);
* расходы, связанные с обслуживанием ценных бумаг: оплата консультационных и депозитарных услуг;
* прибыль от продажи ТМЦ, а также реализации основных фондов и нематериальных активов.
	1. Внереализационные доходы и расходы:
* прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном периоде;
* прибыль от сдачи в аренду основных средств;
* полученные и выплаченные пени, штрафы, неустойки;
* убытки от стихийных бедствий;
* доходы и убытки по валютным операциям;
* прибыль или убытки от поступления и списания безнадежной дебиторской задолженности, по которой истекли сроки исковой давности.
1. Балансовая прибыль. Показатель характеризует конечный финансовый результат производственно-хозяйственной деятельности предприятия и рассчитывается по следующей формуле:

 (1)

где  - прибыль от реализации продукции (работ, услуг) предприятия, р.;

ОФР - операционные результаты, р.;

ВФР - внереализационные результаты, р.

1. Налоги и сборы, платежи из прибыли.
2. Прибыль к распределению (чистая прибыль). Это прибыль предприятия за вычетом налогов, уплачиваемых из прибыли, то есть за вычетом налогов на недвижимость и на прибыль, а также транспортного сбора, который является местным сбором, направляется в местный бюджет и предназначен для финансирования развития городского общественного транспорта.

Пч = Пб –– ТС, (2)

где Пб - балансовая прибыль, млн. р.;

 - налог на прибыль, млн. р.;

ТС - транспортный сбор, млн. р.

Чистая прибыль остается в полном распоряжении предприятия. Она служит источником финансовой ответственности предприятия по своим обязательствам, используется им для развития и совершенствования производства, для материального поощрения работников, а также для удовлетворения личных потребностей владельца предприятия.

Таблица 8

Доходы и расходы СООО «ВИДЕОМАКС»

|  |
| --- |
| Доходы и расходы по видам деятельности |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Показатель, млн.р. | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| Выручка от реализации товаров, услуг | 900 777,0 | 2 159 642,0 | 2 802 473,0 |
| Налоги, включаемые в выручку от реализации товаров, продукции, работ, услуг | 153 979,0 | 350 019,0 | 441736,0 |
| Себестоимость реализованной продукции | 647 219,0 | 1 632 270,0 | 2 173 490,0 |
| Расходы на реализацию | 87 309,0 | 169 449,0 | 182 331,0 |
| Прибыль от реализации | 12 270,0 | 7 904,0 | 4 916,0 |
| Операционные доходы и расходы |
| Показатели, млн. р. | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| Операционные доходы | 788,0 | 29,0 | 90,0 |
| Налоги, включаемые в операционные доходы | - | - | 3,0 |
| Операционные доходы (за минусом НДС, иных аналогичных платежей) | 788,0 | 29,0 | 87,0 |
| Операционные расходы | 671,0 | - | 13,0 |
| Прибыль (убыток) от операционных доходов и расходов | 117,0 | 29,0 | 74,0 |
| Внереализационные доходы и расходы |
| Показатели, млн. р. | 2006 г. | 2007 г. | 2008 г. |
| Внереализационные доходы | - | 1 264,0 | 7 536,0 |
| Налоги, включенные во внереализационные доходы  | - | - | - |
| Внереализационные доходы за минусом НДС | - | 1 264,0 | 7 536,0 |
| Внереализационные расходы | 706,0 | 1 198,0 | 1 84,0 |
| Сумма источников собственных средств, направляемые на покрытие убытков | - | - | - |
| Прибыль от внереализационных доходов и расходов | -706,0 | 66,0 | 7 352,0 |
|  |  |  |  |
| Балансовая прибыль | 11 681 | 7 999 | 12 342,0 |
|  |  |  |  |
| Налоги и сборы, платежи из прибыли | 9 735,0 | 6 800,0 | 5 154,0 |
|  |  |  |  |
| Прибыль к распределению (читая прибыль) | 1 946,0 | 1 199,0 | 7 188,0 |

Не смотря на то, что выручка от реализации товаров и услуг увеличивается, общая прибыль от реализации уменьшается в 2,5 раза, причиной этого является увеличение себестоимости продукции, расходов на реализацию и налогов, включаемые в выручку от реализации товаров и услуг. В дальнейшем компании необходимо обратить особое внимание на снижение величины этих показателей, так как главным образом от этого зависит результат деятельности.

 Прибыль от операционных доходов и расходов уменьшается незначительно и в конечном результате почти не влияет на чистую прибыль.

 Прибыль от внереализационных доходов и расходов увеличивается на большую величину, в эту сумму входят полученные и выплаченные пени, штрафы и неустойки по судебным делам. Так как компания активно участвует в судебных процессах, связанных с правонарушениями в сфере интеллектуальной собственности.

Балансовая прибыль должна была постепенно уменьшаться, так как прибыль от реализации соответственно уменьшается, но в связи с увеличением в 2008 г. внереализационных доходов, балансовая прибыль вышла на показатель по 2006 г. с увеличением в 5,4%.

Как итог, чистая прибыль компании снижается в 2007 г. по сравнению с 2006 г. на 38,3%, а в 2008 г. по сравнению с 2007 г. увеличивается почти в 6 раз. И этому сопутствует так же факт снижения налогов и сборов, выплачиваемых из прибыли на 47%.

Проведем анализ изменения балансовой прибыли в 2007 г. по сравнению с 2006 г. за счет факторов 1-го порядка: прибыли от реализации продукции, операционных финансовых результатов и внереализационных финансовых результатов. Расчет приведем в форме табл. 9.

Таблица 9

Анализ изменения балансовой прибыли в 2007 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Факторы изменения объёма производ-ства продукции | Алгоритм расчёта | Цифровой расчёт | Результат расчёта |
| 1.Результативный показатель 2006 г. |  | =12270,0+117,0-706,0 | 11 681,0 |
| 2.Первый условный результативный по-казатель (первая подстановка). |  |  = 7904,0+117,0-706,0 | 7 315,0 |
| 3.Второй условный результативный по-казатель (вторая подстановка). |  |  = 7904,0+29,0-706,0 | 7 227,0 |
| 4.Результативный показатель 2007 г. |  | =7904,0+29,0+66,0 | 7 999,0 |
| 5.Общее (абсолют-ное) отклонение ре-зультативного по-казателя. |  | =7999,0-11681,0 | -3 682,0 |
| 6.Общее абсолют-ное отклонение ре-зультативного по-казателя за счет из-менения факторов ,ОФР,ВФР. |  | =7315,0-11681,0 | -4 366,0 |
|  | =7227,0-7315,0 | -88,0 |
|  | =7999,0-7227,0 | +772,0 |
| 7. Алгебраическая сумма влияния факторов. |  | =-4366-88+772 | -3 682,0 |

Таким образом, можно сделать вывод о том, что снижение балансовой прибыли в 2007 г. по сравнению с 2006 г. на 3 682,0 млн. р. произошло за счет снижения прибыли от реализации продукции на 4 366,0 млн. р., за счет снижения операционных финансовых результатов на 88,0 млн. р. Увеличение балансовой прибыли на 722,0 млн. р. произошло за счет увеличения внереализационных финансовых результатов.

Аналогичным образом в табл. 10 проанализируем изменение балансовой прибыли в 2008 г. по сравнению с 2007 г.

Таблица 10

Анализ изменения балансовой прибыли в 2008 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Факторы изменения объёма производства продукции | Алгоритм расчёта | Цифровой расчёт | Результат расчёта |
| 1.Результативный показатель 2007 г. |  | =7904,0+29,0+66,0 | 7 999,0 |
| 2.Первый условный результативный по-казатель (первая подстановка). |  | = 4916,0+29,0+66,0 | 5 011,0 |
| 3.Второй условный результативный по-казатель (вторая подстановка). |  | = 4916,0+74,0+66,0 | 5 056,0 |
| 4.Результативный показатель 2008 г. |  | =4916,0+74,0+7352,0 | 12 342,0 |
| 5.Общее (абсолют-ное) отклонение ре-зультативного по-казателя. |  | =12342,0-7999,0 | +4 343,0 |
| 6.Общее абсолют-ное отклонение ре-зультативного по-казателя за счет из-менения факторов ,ОФР,ВФР. |  | =5011,0-7999,0 | -2 988,0 |
|  | =5056,0-5011,0 | +45,0 |
|  | =12342,0-5056,0 | +7 286,0 |
| 7. Алгебраическая сумма влияния фак-торов. |  | =-988,0+45,0+7286,0 | +4 343,0 |

Увеличение балансовой прибыли на 4 343,0 млн. р. в 2008 г. по сравнению с 2007 г. произошло за счет увеличения операционных финансовых результатов на 45,0 млн. р., за счет увеличения внереализационных финансовых результатов на 7 286,0 млн. р. Уменьшение балансовой прибыли на 2 988,0 млн. р. произошло за счет уменьшения прибыли от реализации продукции.

Из вышеприведенных расчетов можно судить об уменьшении балансовой прибыли компании в 2007 г. в первую очередь за счёт уменьшении прибыли от реализации. Однако в 2008 г. прирост балансовой прибыли составил +4 343,0 млн. р. за счёт прибыли от внереализационной деятельности.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Афитов, Э. А. Планирование на предприятии: учеб. пособие / Э.А. Афитов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Вышэйшая школа, 2005.
2. Баканов М. И. Теория экономического анализа. - М.: Финансы и статистика, 1995. - 284 с.
3. Статотчетность предприятия за 2006-2008 года.