

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA

Vaida RADZEVIČIENĖ
Ekonomikos studijų programos studentė

**AKCINĖS BENDROVĖS „ŽEMAITIJOS PIENAS“ PELNO
DIDINIMO GALIMYBĖS**

Magistro darbas

Šiauliai, 2015

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA

Vaida RADZEVIČIENĖ

AKCINĖS BENDROVĖS „ŽEMAITIJOS PIENAS“ PELNO
DIDINIMO GALIMYBĖS

Magistro darbas
Ekonomika (L100),

Darbo vadovė:
doc. dr. Angelė LILEIKIENĖ

Teigiu, kad magistro darbas, kurį teikiu Ekonomikos studijų krypties magistro kvalifikaciniam laipsniui įgyti yra originalus autorinis darbas.

(Studento parašas)

ANOTACIJA

Vaida Radzevičienė

AB „Žemaitijos pienas“ pelno didinimo galimybės. Magistro darbas

Remiantis ekonomikos teoretikų nuomonėmis, pasitvirtinančiomis praktikoje, pagrindinis įmonės siekis - pelnas. Visi verslo sprendimai įmonės veikloje siejami su šio tikslo siekimu. Dėl gausių diskusijų apie įmonės strategijas ir verslo plėtros tikslus siekiant didesnio pelno, daroma prielaida, jog pelno didinimas – tai tas verslo plėtros kriterijus, kuris ne tik aktyviausiai mobilizuoja galimus plėtros išteklius ir koncentruoja motyvus, bet ir pagrindinis, finansine informacija aprašomas ir finansinėmis priemonėmis įgyvendinamas kriterijus.

Yra nemažai sukaupta patirties sudarant ir sprendžiant verslo įmonės pelno didinimo uždavinius. Tačiau juos svarbu suformuluoti tiksliai, atsižvelgiant į apribojimus, situaciją rinkoje ir tikslinius vartotojų norus bei spręsti jį tam pasirinktais metodais, atrandant patį efektyviausią būdą, iš savo gamybos modelio proceso.

Kintant ekonominei situacijai, įmonei pakankamai sunku siekti užsibrėžtų tikslų, nes tai priklauso ne tik nuo įmonės pajėgumų, bet ir nuo konkurentų diktuojamų sąlygų. Šiuolaikinio verslo sėkmę didžiąja dalimi lemia ir tai, kaip savininkai ir vadovai sugeba identifikuoti savo verslo galimybes ir kaip greitai jie prisitaiko prie besikeičiančių sąlygų. Pelno didinimas ypač ekonomikos sunkmečio sąlygomis (pasikeitė eksporto galimybės į Rusiją, ekonomikos nuosmukis, lito keitimas į eurus ir kt.) tampa svarbiausiu verslo įmonių tikslu, ne išimtis ir magistro darbe nagrinėjamai įmonei AB „Žemaitijos pienas“, todėl svarbu pagrįsti pelno didinimo galimybes.

Tuo tikslu darbe išanalizuoti ir susisteminti įvairių Lietuvos ir užsienio autorių teoriniai ir praktiniai pelno ir pelningumo analizės bei didinimo teoriniai aspektai ir modeliai. Išsamiai analizuojamos pelną lemiančių veiksnių tendencijos.

Siekiant įvertinti analizuojamos įmonės pelno didinimą, atlikta AB „Žemaitijos pienas“ veiklos pelno bei pelningumo analizė, tam taikant koreliacinės regresinės analizės, ekstrapoliacijos, pelno lūžio taško ir kitus tyrimo metodus, kas leido nustatyti pagrindines pardavimo pajamų bei sąnaudų kitimo priežastis, atskleisti pelno dydį formuojančius veiksnius, įvertinti pardavimo veiklos pelno, sąnaudų, savikainos, vidutinės produkcijos kainos ir kiekio tarpusavio ryšį. Gauti rezultatai padėjo formuoti AB „Žemaitijos pienas“ ateities prognozes bei pagrįsti veiklos pelno didinimo galimybes.

Magistro darbe patvirtinama autoriaus suformuluota mokslinio tyrimo hipotezė, kad sisteminis įmonės pardavimų segmentų vertinimas leidžia išskirti esminius pelną lemiančius veiksnius, įtakančius ateityje didinti įmonės pelną.

ABSTRACT

Vaida Radzevičienė

JSC „Žemaitijos pienas“ profit improvement opportunities. Master's work.

According to economic theory views be confirmed practice, the main goal of the company - profit. All business decisions to the company activities linked to the achievement of this objective. Due to the extensive discussions about the company's strategy and business development objectives in order to increase profits, it is assumed that increasing profit - it's the business development objectives, which not only actively mobilize resources for the development of possible motives and concentrates, but also a key to the financial information and describes the implementation of financial instruments criteria.

There are a number of accumulated experience in creating and solving business profit improvement targets. However, it is important to formulate precisely, within the constraints of the market situation and target consumers want, and address it to the method chosen, discovering the most effective way of their production process model.

The changing economic situation, the company is quite difficult to achieve the set goals, because it depends not only on the capacity of the firm, but also on the conditions imposed by competitors. Modern business success is largely determined by how the owners and managers are able to identify business opportunities and how quickly they adapt to changing conditions. Increasing profits especially in the economic downturn (changed export opportunities to Russia, economic recession, the changeover to euro exchange and so on.) is the most important business objectives of the company, not the exception, and a Master's thesis deals with the company JSC „Žemaitijos pienas“, so it is important to justify the profit improvement opportunities.

To this end, work to analyze and systematize the various Lithuanian and foreign authors of theoretical and practical analysis of the profit, profitability and profit improvement of the theoretical aspects and models. Detailed analyze the determinants of earnings trends.

In order to assess the company's profit improvement analyzes conducted JSC „Zemaitijos pienas" operating profit and profitability analysis, the application of correlation and regression analysis, extrapolation, the break-even point and other analytical methods, allowing the main sales revenue and cost reasons for the change, to reveal the size of the profit makers factors to evaluate sales, operating profit, cost average price and quantity each other. The results helped to shape the future of the JSC „Zemaitijos pienas" and based on forecasts of operating profit growth.

Master's thesis confirms the author formulated a scientific hypothesis that systematic evaluation of the company's sales segments allows to distinguish between essential profit determinants that influence the future development of company profits.

TURINYS

ANOTACIJA.....	3
ABSTARCT.....	4
LENTELIŲ SĄRAŠAS	7
PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS.....	8
ĮVADAS.....	9
1. Pelno didinimo teoriniai aspektai.....	13
1.1 Pelno ir jo reikšmės samprata.....	13
1.2. Veiksniai lemiantys pelno dydį.....	21
1.2.1. Išoriniai veiksniai ir jų įtaka pelnui.....	25
1.2.2. Vidiniai veiksniai ir jų įtaka pelnui	26
1.3. Pelningumo esmė ir santykiniai pelningumo rodikliai.....	29
1.4. Pelno didinimo konceptas.....	34
2. AB „Žemaitijos pienas“ pelno didinimo tyrimas.....	40
2.1. Tyrimo metodika.....	40
2.2. AB „Žemaitijos pienas“ charakteristika	41
2.3. AB „Žemaitijos pienas“ pardavimo pajamų ir stuktūros analizė.....	44
2.4. AB „Žemaitijos pienas“ sąnaudų analizė.....	47
2.5. AB „Žemaitijos pienas“ pelno kitimo veiksnių analizė.....	51
2.6. AB „Žemaitijos pienas“ pelno didinimo galimybės.....	54
2.6.1 AB „Žemaitijos pienas“ veiklos pelno, veiklos sąnaudų, pardavimo savikainos, vidutinės produkcijos kainų ir kiekio koreliacinė regresinė analizė.....	54
2.6.2. AB „Žemaitijos pienas“ pelną formuojančių veiksnių vertinimas.....	56
3. AB „Žemaitijos pienas“ pelno prognozė ir didinimo pagrindimas.....	59
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	61
LITERATŪRA.....	64
PRIEDAI	66
1 priedas. Turto pelningumo piramidinė analizė pagal R. Schattke ir H. Jensen.....	67
2 priedas. Turto pelningumo piramidinė analizė pagal L. Berstein.....	68
3 priedas. Turto pelningumo piramidinė analizė pagal R. Wilson ir G. McHugh.....	69
4 priedas. Turto pelningumo piramidinė analizė pagal Du Ponto, remiantis lietuviška atskaitomybe.....	70
5 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2014 m. pelno (nuostolio) ataskaita, tūkst. Lt.....	71
6 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ 2010 - 2013 m. pirminių pardavimo pajamų segmentų apyvarta, tūkst. Lt.....	72
7 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 – 2013 m. antrinių pardavimo pajamų segmentų apyvarta, tūkst. Lt.....	73
8 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. veiklos sąnaudų struktūra, tūkst. Lt.....	74
9 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2014 m. balansas, tūkst. Lt.....	75
10 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ horizontali 2008 - 2013 m. pelno (nuostolio) ataskaitos analizė, tūkst. Lt.....	76
11 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ horizontali pardavimų pagal pardavimų (pirminius) segmentus 2008 - 2013 m. analizė, tūkst. Lt.....	77
12 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ vertikali pardavimų pagal geografinius (antrinius) segmentų 2008 - 2013 m. analizė, tūkst. Lt.....	78
13 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ vertikali pardavimų pagal pardavimų (pirminius) segmentus 2008 - 2013 m. analizė, tūkst. Lt.....	79
14 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ horizontali veiklos sąnaudų 2008 - 2013 m. dinamikos analizė, tūkst. Lt.....	80

15 priedas. AB „Žemaitijos pienas“ vertikali veiklos sąnaudų struktūros 2008 - 2013 m. analizė, tūkst. Lt.....	81
16 priedas. AB „Žemaitijos pienas" horizontali 2008 - 2013 m. balanso analizė, tūkst. Lt.....	82
16 priedo tęsinys. AB „Žemaitijos pienas" horizontali 2008 - 2013 m. balanso analizė, tūkst. Lt.....	83
17 priedas. Patvirtinimas dėl pranešimo pristatymo.....	84

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1.1 lentelė. Pelno sąvokos apibrėžimai įvairių autorių darbuose.....	15
1.2 lentelė. Įmonės pelno skirstymo kriterijai.....	19
1.3 lentelė. Padariniai apskaičiavus didesnį arba mažesnį įmonės pelną.....	21
1.4 lentelė. Bendrojo pelno ryšys su pardavimo apimtimi, produkcijos kaina, savikaina, struktūra ir asortimentu.....	27
1.5 lentelė. Pelningumo rodikliai, formulės bei jų reikšmės.....	31
2.1 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ vidutinis darbuotojų skaičius.....	43
2.2 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ apyvarta, tūkst. Lt.....	43
2.3 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ Bendrovės akcininkai.....	44
2.4 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ veiklos sąnaudų vienam pardavimo litui pokytis, 2008 - 2013 m., tūkst. Lt.....	50
2.5 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ savikainos vienam pardavimo litui pokytis, 2008 - 2013 m., tūkst. Lt.....	51
2.6 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ veiksmų, įtakojusių veiklos pelną 2008 - 2009 m. dinamika, tūkst. Lt.....	53
2.7 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ veiksmų, įtakojusių veiklos pelną 2010 - 2011 m. dinamika, tūkst. Lt.....	53
2.8 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ veiksmų, įtakojusių veiklos pelną 2012 - 2013 m. dinamika, tūkst. Lt.....	54
2.9 lentelė. Koreliacijos koeficiento reikšmių skalė.....	55
2.10 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ veiklos pelno ir jį įtakojančių veiksmų tarpusavio ryšio priklausomybė 2008 - 2013 m.....	55
2.11 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 – 2013 m. pelningumo rodikliai, proc.....	57
3.1 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ 2015 m. tikėtino, pesimistinio ir optimistinio pelno prognozė, tūkst. Lt.....	59
3.2 lentelė. AB „Žemaitijos pienas“ pagrindinių prekių kritinio taško, maksimalaus pelno ir saugumo ribos priklausomybės ryšio modelis.....	60

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1.1 pav. Pelno rūšys.....	16
1.2 pav. Ryšys tarp atskirų pelno sąvokų.....	18
1.3 pav. Pelno didinimo rezervo nustatymas.....	37
2.1 pav. Tyrimo metodika.....	40
2.2 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2010 - 2013 m. pardavimų pagal pieno produktų gamybos ir pardavimų (pirminių) segmentų struktūra, proc.....	45
2.3 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2010 - 2013 m. segmentinės pelno analizės dinamika, tūkst. Lt..	46
2.4 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. pardavimų pagal geografinius (antrinių) segmentų struktūra, proc.....	47
2.5 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. kintamų ir pastovių išlaidų dinamika, tūkst. Lt..	48
2.6 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. veiklos sąnaudų dinamika, tūkst. Lt.....	48
2.7 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. veiklos sąnaudų struktūra, tūkst. Lt.....	49
2.8 pav. AB „Žemaitijos pienas“ savikainos 2008 - 2013 m. dinamika, tūkst. Lt.....	51
2.9 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 – 2013 m. pajamų, savikainos, veiklos sąnaudų ir veiklos pelno dinamika, tūkst. Lt.....	52
2.10 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. pardavimo pajamų, bendrojo, veiklos ir grynojo pelno dinamika, tūkst. Lt.....	57

IVADAS

Kiekvienos verslo įmonės siekis - pelno gavimas. Kintant ekonominei situacijai įmonei pakankamai sunku siekti užsibrėžtų tikslų, nes tai priklauso ne tik nuo įmonės pajėgumų, bet ir nuo konkurentų diktuojamų sąlygų. Šiuolaikinio verslo sėkmę didžiaja dalimi lemia ir tai, kaip savininkai ir vadovai sugeba identifikuoti savo verslo galimybes ir kaip greitai jie prisitaiko prie besikeičiančių sąlygų [54, p.65].

Dirbti pelningai reiškia ne tik konkuruoti dėl didesnės rinkos, verslo įmonės taip pat turi konkuruoti dėl finansinių resursų (Bagdzevičiūtė A., 2005). Dirbant pelningai, įgyjama finansinių resursų verslo plėtimui ateityje arba naujovių diegimui įmonėje dabartyje. Todėl įmonės privalo nuolat ieškoti rezervų veiklai gerinti, kurti naujus produktus ir paslaugas, taikyti naują techniką ir technologiją, tobulinti valdymo metodus. Tik efektyviai valdomos verslo įmonės turės galimybę plėsti verslą ir didinti pelną. Tačiau įmonės vadovams nereiktų pamiršti, kad maksimalių tikslų siekimas neatsiejamas su rizika. Didelio pelno siekimas gali nuvesti į nepagrįstai rizikingus valdymo sprendimus, kurie turės neigiamų pasėkmių įmonės veiklai.

Norint pasirinkti geriausią verslo vystymo kelią, pirmiausiai reikia žinoti, kokiais rezultatais jau dabar galima pasinaudoti, o kokius tikslus dar tik kelti. Noras siekti nepasiekiamo tėra tik išteklių, pirmiausia finansinių, tuščias švaistymas. Šiandieniniame versle nėra nerizikingų sprendimų. Tik tie verslininkai, kurie ne vengia rizikos, o sugeba numatyti, kokie pavojai gali tykoti, gerai uždirba. Laimi tie, kurie turi reikiamą informaciją ir ja pasinaudoja tinkamu laiku. Šiuos uždavinius ir padeda spręsti nuolat vykdoma finansinė analizė (Gupta. P., 2005). Siekiant identifikuoti vykstančių pokyčių tendencijas, įmonės finansinė analizė pasiteisina tik tuomet, kai gauti rezultatai nuosekliai sisteminami, analizuojami.

Temos aktualumas. Šiuo metu yra nemažai sukaupta patirties sudarant ir sprendžiant verslo įmonės pelno didinimo uždavinius. Verslininkai stengiasi įmonės veiklą organizuoti taip, kad būtų gautas kuo didesnis pelnas. Mažos įmonės siekdamos padidinti pelną dažnai pasitelkia vien intuicija. Tačiau, kai kalbama apie didesnės įmonės finansus, pelno didinimo uždavinį suformuluoti reikia tiksliai, atsižvelgiant į apribojimus, situaciją rinkoje ir tikslinius vartotojų norus bei spręsti jį tam pasirinktais metodais. Dažnai realius pelno didinimo uždavinius yra sunku suformuluoti ir išspręsti. Dauguma lietuvių ir užsienio autorių (Dutta P. K. ir Sundaram R., 2001; Bichop M., 2004; Primeaux, 1994; Jakutis A., Petraškevičius V., Stepanovas A., Šečkutė L., Zaicev S. 2005; Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I., 1998; Mackevičius J., 2005, 2007; Bagdžiūnienė V., 2005, Gronskas V., 2006 ir kt.) nurodo gana skirtingus galimus pelno didinimo būdus. Todėl svarbu atrasti efektyviausią būdą iš savo gamybos modelio proceso. Šių pastangų tikslas yra pasiekti didžiausią pelno maržą, kuri yra įmanoma tik atsižvelgiant į esamas aplinkybes. Ir tai nėra vien

bendrujų sąnaudų mažinimas, reikėtų nepamiršti atsižvelgti į parduotos pelningos produkcijos apimčių didinimo, kainų didinimo, gerinant kokybę, optimizuojant pardavimų terminus, ieškant naujų geresnių pardavimo rinkų, savikainos mažinimo peripetijas.

Temos aktualumas apibrėžiamas kaip įmonės tikslas, esant griežtos konkurencijos sąlygoms bei ekonomikos vystymosi netolygumams, siekiant veiklos efektyvumo, taip gaunant didesnę pelną.

Temos naujumas. Dėl gausių diskusijų apie įmonės strategijas ir verslo plėtros tikslus siekiant didesnio pelno, daroma prielaida, jog pelno didinimas – tai tas verslo plėtros kriterijus, kuris ne tik aktyviausiai mobilizuoja galimus plėtros išteklius ir koncentruoja motyvus, bet ir pagrindinis, finansine informacija aprašomas ir finansinėmis priemonėmis įgyvendinamas kriterijus.

Įmonės susilaukia konkurentų ne tik šalies viduje, bet ir už šalies ribų, todėl įmonėms tenka orientuotis į pasaulio ar bent regioninio lygio standartus. Pelno reikia įmonės finansiniam pajėgumui palaikyti, veiklos plėtrai ir tęstinumui užtikrinti. Tačiau absoliutus pelno rodiklis neparodo įmonės veiklos efektyvumo, todėl pastaruoju metu vis dažniau didesnio pelno siekimas yra siejamas su įvairių veiklos strategijų ir modelių įgyvendinimu.

Darbo naujumą sąlygoja ir tai, jog ekonominė šalies situacija bei jos padariniai pastaraisiais metais yra aktualūs. Pelno didinimas ypač ekonomikos sunkmečio sąlygomis tampa svarbiausių verslo įmonių tikslu ir iššūkiu. Tai įmonės pelną lemiančių išorinių veiksnių visuma (įstatyminės bazės kaita, konkurencinė aplinka, eksporto galimybių pasikeitimas į Rusiją, ekonomikos nuosmukis, valiutų kursų rizika, infliacija, lito keitimas į eurus ir kt.). Todėl svarbu atrasti kuo efektyvesnius sprendimus ir priemones, siekiant sušvelninti ekonominio ciklo fazės padarinius ūkio subjektams bei numatyti sprendimus įmonės pelno gavimui.

Problema. Pastebėta, kad siekiamas didinti pelną, verslo įmonės retai naudoja iš anksto paruoštas ir apskaičiuotas sistemas ar metodus. Mažai naudojama nuosekli, kompleksinė bei sisteminė pelno ir pelningumo rodiklių analizė, jų vertinimas bei praktinis taikymas siekiant pelno didinimo. Prognozės daromos formaliai, mažai dėmesio skiriama analitinės informacijos svarbai priimant sprendimus ir valdant verslo riziką.

Be abejo, matematiniai modeliai ir veikiančios kompiuterinės programos gali būti sėkmingai pritaikytos verslui maksimizuoti, tačiau siūlomi metodai ir modeliai neįvertina pradinės informacijos tikimybinio pobūdžio ir realių sąlygų daugiakriteriškumo. Tai sąlygoja vienose įmonėse sėkmingai pritaikytų didinimo modelių efektyvumą, o kitose įmonėse šie modeliai gali būti visiškai neefektyvūs.

Darbo objektas – AB „Žemaitijos pienas“ pelno rodikliai.

Darbo tikslas – Pagrįsti AB „Žemaitijos pienas“ pelno didinimo galimybes.

Uždaviniai:

1. Išanalizuoti konceptualius pelningumo ir pelno didinimo sampratos, reikšmės teorinius aspektus.
2. Atlikti AB „Žemaitijos pienas“ pardavimo pajamų, sąnaudų ir pelno dinaminę analizę;
3. Atlikti AB „Žemaitijos pienas“ veiklos pelno, sąnaudų, vidutinės kainos ir kiekio ryšio koreliacinę regresinę analizę;
4. Įvertinti AB „Žemaitijos pienas“ pelną įtakojančius veiksnius;
5. Nustatyti AB „Žemaitijos pienas“ pelno apimties prognozes.
6. Sudaryti AB „Žemaitijos pienas“ pelno didinimo pagrįstumo modelį.

Mokslinė hipotezė. Sisteminis įmonės pardavimų segmentų vertinimas leidžia išskirti esminius pelną lemiančius veiksnius, įtakojančius ateityje didinti įmonės pelną.

Darbo metodai. Magistro darbe, siekiant užsibrėžto tikslo ir suformuluotų uždavinių įgyvendinimui naudojami tokie tyrimo metodai, kaip mokslinės literatūros, straipsnių, konferencijų medžiagos analizė, informacijos sintezė, sisteminimas, apibendrinimas, loginiai metodai (lyginimas, lyginamųjų svorių (dalių) skaičiavimas - vertikaloji analizė, dinamikos eilutės - horizontalioji analizė); specifiniai metodai (finansinių koeficientų skaičiavimas, modeliavimas) bei grafiniai metodai (diagramos ir grafikai), operatyvinė analizė skirta diagnozuoti, t.y. pažinti, išsiaiškinti, apibūdinti einamuosius rezultatus bei retrospektyvi analizė - praeito laikotarpio ūkinės veiklos rezultatų įvertinimas.

Informacinį pagrindą sudaro Lietuvos ir užsienio mokslinė literatūra, moksliniai straipsniai, publikacijos, informacija internete, statistikos duomenys, kituose leidiniuose pateikta informacija.

Analizės metu remiamasi Statistikos departamento prie LR Vyriausybės apibendrinta medžiaga, LR teisės aktais, Verslo apskaitos standartais.

Tyrimo eigoje naudojamosi AB „Žemaitijos pienas“ finansinės atskaitomybės už 2008 - 2013 m. duomenimis. Magistro darbe 2014 m. duomenys nepateikiami dėl to, kad tyrimo metu AB „Žemaitijos pienas“ ataskaitų dokumentai nebuvo patvirtinti.

Tyrimo rezultatai atskleidė, kad nuosekliai ir sistemiškai atlikus įmonės veiklos analizę, jos rezultatai yra reikšmingi pelno didinimo modeliavimui. Išanalizavus AB „Žemaitijos pienas“ finansinius pelningumo rodiklius, atskleistos stipriosios ir silpnosios įmonės sritys, sudarančios prielaidas pelno didinimui/mažinimui. Pateikti pasiūlymai, kaip būtų galima įmonei dirbti pelningiau.

Praktinis darbo rezultatų reikšmingumas. Atlikta AB „Žemaitijos pienas“ veiklos pelno bei pelningumo analizė leido nustatyti pagrindines pardavimo pajamų bei sąnaudų kitimo priežastis, atskleisti pelno dydį formuojančius veiksnius, įvertinti pardavimo veiklos pelno, sąnaudų,

savikainos, vidutinės produkcijos kainos ir kiekio tarpusavio ryšį. Gauti rezultatai padėjo formuoti AB „Žemaitijos pienas“ ateities prognozes bei pagrįsti veiklos pelno didinimo galimybes.

Darbo struktūra. Magistro darbas susideda iš trijų dalių: konceptualiosios, analitinės - tiriamosios ir konstruktyviosios. Pirmojoje dalyje, remiantis šalies ir užsienio autorių tyrimais, literatūros šaltinių analize, atskleidžiama pelno, pelningumo bei pelno didinimo analizės samprata, reikšmė, metodai, tyrimo būdai bei išskiriamos skirtingos analizės rūšys.

Remiantis teoriniais sprendimais, antrojoje magistro darbo dalyje analizuojamas AB „Žemaitijos pienas“ pelnas dinamiu aspektu, atlikta segmentinė pelno analizė, leidusi įvertinti pelningiausias įmonės produkcijos rūšis, taip pat išanalizuoti veiksniai (endogeniniai ir egzogeniniai) įtakojantys pelno didinimą. Mokslinio tyrimo metu surinkti duomenys apdorojami, pateikiami jų rezultatai bei nustatytos tendencijos.

Trečioji magistro darbo dalis skiriama įmonės pelno apimties prognozėms bei veiklos pelno didinimo galimybėms pagrįsti. Darbo pabaigoje pateiktos išvados ir rekomendacijos.

Magistro darbas parašytas 65 puslapių, jame teiginiai ir analitiniai duomenys parodyti 18 lentelių, 13 paveikslų bei 17 priedų.

1. Pelno didinimo teoriniai aspektai

1.1. Pelno ir jo reikšmės samprata

Ekonomistų teigimu, pagrindinis įmonės siekis - pelnas. Visi verslo sprendimai įmonės veikloje susiejami su šio tikslo siekimu. Tačiau valstybėje, kintant ekonominei situacijai, įmonei sudėtinga siekti užsibrėžtų tikslų, nes rizikos laipsnis pakankamai didelis tiek Lietuvoje, tiek ir užsienio rinkose.

Įmonės konkurencingumas ir jos aplinka priklauso nuo konkurentų diktuojamų sąlygų bei įmonės pajėgumų. Todėl būtina skirti ypatingą dėmesį gaunamo pelno dydžiui, jo analizei bei prognozėms. Svarbu išanalizuoti veiksnius, turinčius įtakos veiklos rezultatams. Įmonės pelną įtakoja įvairiausi veiksniai: politiniai, socialiniai, ekonominiai, technologiniai, vidiniai veiksniai, susiję su produkcijos gamyba, pardavimais, rinkodaros strategija. Analizuojant finansinių rodiklių dinamiką, nagrinėjant įmonės pelningumą bei prognozuojant ateitį, galima sąmoningai įtakoti įmonės veiklą. Neįvertinus finansinių įmonės rezultatų bei juos lemiančių veiksnių, neatsižvelgus į ateities perspektyvas, galima sulaukti neigiamų veiklos rezultatų.

Finansų valdyme pelnas vertinamas dvejopai: viena vertus, pelnas rodo įmonės veiklos rezultata, kita vertus – jis yra svarbiausias įmonės plėtros veiksnys. Natūralu, kad verslo įmonės įgyja turtą kaip priemonę pelnui gauti, o pastarasis savo ruožtu yra pagrindinis įmonės turto didinimo (nuosavų lėšų) šaltinis. Pelnas svarbus bendrovei ne tik kaip jos veiklos efektyvumo matas, bet ir kaip ekonominė reikšmė, kurios supratimas priklauso nuo skirtingų interesų grupių (Juozaitienė L., 2007):

- Kapitalo savininkai siekia didinti pelną, nes laukia daugiau pajamų iš investuoto kapitalo;
- Valstybė (regionas) suinteresuota pelninga verslo įmonių veikla, nes ji lemia ekonomikos augimą ir didesnes valstybės biudžeto pajamas;
- Vadybininkams didesnis pelnas rodo gerus jų vadybinius sugebėjimus;
- Verslo partneriams didelis įmonės pelnas teikia saugumą ir didesnę ekonominių sandorių patikimumą.

Pelno didinimu suinteresuotos įmonės, nepriklausomai nuo jų dydžio, rūšies, veiklos pobūdžio. Pelnas būtinas siekiant įmonės plėtros, nuolatiniam finansavimui (Černius G., Paškevičius A., Starkevičiūtė M., 1995). Akcininkai investuoja į įmonę, nes tikisi pelno ir veiklos efektyvumo (Mackevičius J., 2005).

Pelnas - įmonės vystymosi veiksnys, veiklos vertinimo kriterijus, finansinė nauda, ilgalaikio finansavimo šaltinis (Mackevičius J., 2005). Skiriami trys pelno susidarymo šaltiniai (Lydeka Z., Drilingas B., 2002):

- Naujovės - jei versle nenaudojamos naujovės, pelnas svyruoja tarp nulio ir tam tikros ribos. Jei versle atsiranda daugiau įmonių negaunant pelno, įmonės palieka šaką. Naujovės įmonėje diegiamos įvairiais būdais: gaminami nauji produktai, tobulinami jau gaminami, tobulinama vadyba ir kt. Taip stengiamasi sumažinti gamybos kaštus bei gauti didesnę pelną. Galima teigti, kad pelnas (šiuo atveju) - atlyginimas už sėkmingą naujovę.
- Rizika - nėra verslo be rizikos, todėl pelnas - premija už riziką, kuri turi būti mokama tam, kas rizikuoja.
- Monopolijos galia - pelnas egzistuoja tik todėl, kad rinkoje nėra visiškai tobulos konkurencijos. Jei rinkoje yra monopolijos ir oligopolijos apraiškų, pelnas neišnyksta. Gaminant daugiau prekių, jos parduodamos už mažesnę kainą, todėl nustatoma tokia gamybos apimtis, kuri garantuotų didžiausią pelną.

Verslo įmonės veikloje, pelnas formuojamas įtakojant įvairioms aplinkybėms, todėl Andrijauskienė, E., (2004) ir kiti autoriai pelną nagrinėja, visų pirma nagrinėjant taip vadinamą pelno prigimtį.

Pelno prigimtis aiškinama ir grindžiama šiomis teorijomis (Andrijauskienė, E., 2004):

- Rizikos teorija.
- Monopolijos teorija.

Rizikos teorija teigia, kad pelnas, viršijantis palūkanas ar vidutinį pelno lygį, yra mokestis kapitalo savininkui už riziką, su kuria jis susiduria investuodamas kapitalą į skirtingos rizikos veiklos sritis; Didmeninės pusiausvyros teorija teigia, kad egzistuoja ilgalaikė vidutinės pelno normos pusiausvyra, garantuojanti vidutinį pelną. Tačiau tam tikrais laikotarpiais būna nukrypimų nuo vidurkio, todėl kai kurių firmų pelno norma jį viršija arba yra žemesnė negu vidutinė; Monopolijos teorija teigia, kad ilgalaikių periodų metu įvairių įmonių pelno norma gali viršyti vidutinę normą. Tai lemia gamybos masto ekonomiją, natūralių išteklių valstybinę kontrolę, patentinis grynumas ar konkurencija, veiklą reguliuojančios valstybinės priemonės; Efektyvaus valdymo teorija viršpelnio atsiradimo priežastimi laiko išskirtinius valdymo personalo gebėjimus organizuoti produkto gamybą ir prekės judėjimą rinkoje (Andrijauskienė, E., 2004).

Mikroekonomikoje – skirtumas tarp pajamų už parduotas prekes ir panaudotų išteklių vertės, apskaičiuotas kaip alternatyviniai kapitalo kaštai, toks pelnas vadinamas ekonominiu pelnu [25, p. 66].

Makroekonomikoje pelnui nepriskiriamos palūkanos už skolintą kapitalą, bet priskiriamos pajamos už nuosavą kapitalą; pelnas makroekonomikoje yra ekonominio pelno (kaip jis suprantamas mikroekonomikoje) ir nuosavo kapitalo alternatyviųjų kaštų suma [18, p. 65].

Mokslininkų požiūris išsiskiria apie pelno sampratą. Skirtingi pelno sąvokų apibrėžimai pateikti 1.1 lentelėje.

Pelno sąvokos apibrėžimai įvairių autorių darbuose

Autorius, metai	Apibrėžimas
Andrijauskienė, E. (2004).	Bendrųjų pajamų ir bendrųjų kaštų skirtumas.
Zinkevičienė, D. (2004).	Pajamų dalis, kuri išreiškia verslininko atlyginimą už verslumą, ir apskaičiuojamas lyginant pardavimų bei kitas pajamas su sąnaudomis.
Mackevičius, J. (2005).	Skirtumas tarp įmonės gaunamų pajamų ir joms uždirbti padarytų sąnaudų.
Bagdžiūnienė, V. (2005).	Pridėtosios vertės dalis, kurią uždirba įmonė, pardavusi savo produkciją, t. y. skirtumas tarp pajamų ir sunaudotų išteklių.
Jakutis, A., Petraškevičius, V., Stepanovas, A., Šečkutė, L., Zaicev, S. (2005).	Pajamos, gautos atskaičius išlaidas.
Juozaitytė, J., 2007.	Rodo įmonės veiklos rezultata; svarbiausias įmonės plėtros veiksnys.
G. Česnius, A. Paškevičius, M. Stankevičius (1995)	Teigiamas įmonės tam tikro laikotarpio (dažniausiai finansinių metų) ūkinės veiklos rezultatas.
Patackaitė, J (2008).	Veiklos rezultatas, skaičiuojamas iš pajamų atėmus sąnaudas, rezultatas rodomas pelno (nuostolių) ataskaitoje.
Pass, C., Lowes, B., Davies, L. (1997)	Atlyginimas, kurį verslininkas gauna už riziką, naujas idėjas, pastangas, atskaičius visas su verslu susijusias išlaidas. Taip pat pelno dydį sieja su įmonės dydžiu.
P. Wonnacott ir R. Wonnacott (1994)	Fiksuojamos per atskaitinį laikotarpį uždirbtos pajamos bei jų uždirbimui patirtos sąnaudos.
D.Salvatore, E. A. Duilo (2000)	Skirtumas tarp sąnaudų ir pajamų arba skirtumas tarp to ką firma įdeda į produkto gamybą ir ką firma gauna i. to produkto pardavimų. Kai grąža didesnė nei sąnaudos, sakoma, kad firma gavo pelną.
Bannock, G.,Baxter, R.E.; Davis, E. (1992)	1) Grįžtantis likutis verslininkui. Ekonomikos teorijoje pelnas neapima žemės, darbo ar kapitalo grąžos, bet yra perteklius liekantis po išlaidų atskaitymo. 2) Apskaitoje, pelnas yra likutis atėmus visas pinigines išlaidas, t.y. pardavimo pajamos minus atlyginimai, nuoma, kuras, medžiagos ir t.t.
Ainsworth, P., Deines, D., Plumlee, R., Larson C. (1997)	Savininkų investuotų lėšų grąža, pasiekama veiksmingai valdant įmonę.
Lehtinen, J.(1996)	Rodiklis, kuris parodo įmonės sugebėjimą gauti pajamų daugiau, negu sunaudojama turto.
F. Brigham ir C. Ehrhardt (2002)	Įmonės pelnas yra jos vadovų valdymo politikos ir daugybės priimtų sprendimų rezultatas.
Heather, B. (2006)	Pinigai, uždirbti iš pardavimų ir kurie yra didesni nei išleisti pinigai.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis išanalizuota literatūra.

Užsienio autoriai N. Carte (2005), E. Dierker, B. Grodal (1996), D. K. Young, R.C. Shumway, H. L. Goodwin (1990), P.L. Adelman, A.M. Marks (2007) nurodo, kad pelnas išreiškia darbo našumo augimą, paodo viso įmonės kolektyvo veiklą, produkcijos savikainos mažinimą, naujos technikos ir technologijų taikymo efektyvumą ir kt. Tęsdamo mintį, Lietuvos autorės D. Šlekienė, I. Klimavičienė (2000), V. Bagdžiūnienė (2005), pelną įvardija bendrųjų pajamų ir bendrųjų kaštų skirtumu, o tuo tarpu V. Snieška ir kt. bendraautoriai (2006) šitokią pelno sąvoką interpretuoja kaip buhalterinį pelną.

Apibendrinus įvairių autorių pelno sąvokos apibrėžimus, galima teigti, kad bendriausia prasme pelnas yra bendrųjų pajamų ir bendrųjų kaštų skirtumas. Skirtingi pelno sąvokos apibrėžimai leidžia teigti, kad pelno rodiklis pasižymi jį įtakančių veiksnių gausa, išraiškos sudėtingumu bei atskirų elementų sudėtingais tarpusavio ryšiais.

Ekonomikos vadovėliuose bei LR finansinę ir mokestinę apskaitą reglamentuojančiuose norminiuose aktuose pelno sąvoka apibūdinama ne vienareikšmiškai. Todėl svarbus sisteminis požiūris nustatant vieningus sąvokų apibrėžimus visose ekonomikos mokslo šakose. Pelną įtakoja įvairūs veiksniai, kurie skiriasi išraiškos sudėtingumu, atskirų elementų tarpusavio ryšiais.

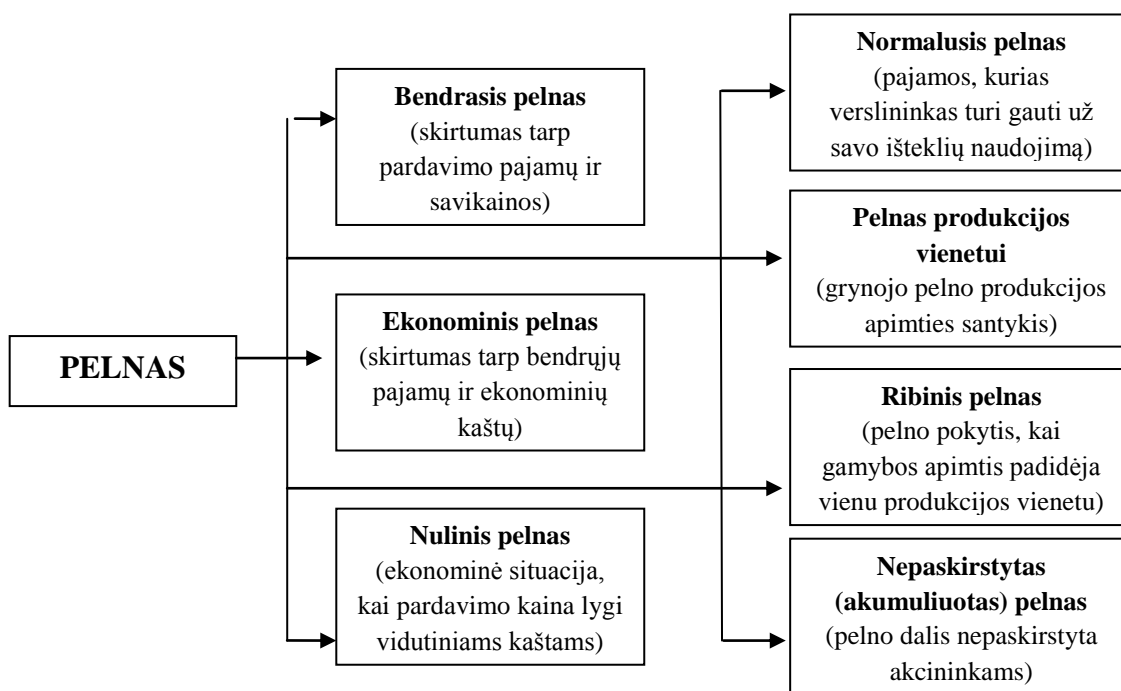
Pelno marža - skirtumas tarp prekės pardavimo kainos ir jos gamybos bei pardavimų sąnaudų. Pelno normos dydis priklauso nuo procentinio pelno priedo, kurį įmonė, nustatydamą pardavimo kainą, prideda prie išlaidų. Šis dydis matuojamas pelno ir pardavimų santykiu (Obi C.P., 1998).

Norint atskirti, apie kokį pelną kalbama, galima vartoti šias sąvokas (Šlekienė D., Klimavičienė I., 2000):

- Bendrojo pelno norma - apskaičiuoto įmonės bendrojo pelno (pardavimai - prekių savikaina) ir pardavimo pajamų santykis;
- Veiklos pelno norma - apskaičiuoto įmonės veiklos pelno (bendrasis pelnas - veiklos sąnaudos) ir pardavimo pajamų santykis;
- Grynojo pelno norma - apskaičiuoto grynojo pelno (veiklos pelnas - pelno mokesčiai) ir pardavimo pajamų santykis.

Maržų apskaičiavimas leidžia įmonių vadovams racionalizuoti pelno uždirbimą, mažinti sąnaudas, padidinti naudingąją sąnaudų dalį (Gekas, 2002).

Ekonomikos terminų žodynuose Vainienė R. (2008) bei Bagdanavičius, J., Stankevičius, P., Lukoševičius, L. (1999) pateikia skirtingas pelno rūšis (1.1 paveikslas).



1.1 pav. Pelno rūšys

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Vainienę R. (2008). Ekonomikos terminų žodynas, Bagdanavičius, J., Stankevičius, P., Lukoševičius, L. (1999). Ekonomikos terminai ir sąvokos.

Kaip nurodyta 1.1 paveiksle, plačiąja prasme pelnas skirstomas į bendrąjį, ekonominį ir nulinį. Autorės teigimu, tokios pelno rūšys siejamos su pajamų ir kaštų santykiu. Pelnas produkcijos vienetui ir ribinis pelnas priklauso nuo gaminamos produkcijos apimties, tuo tarpu normalusis pelnas jau vadinamas pajamomis, kurias verslininkas turi gauti už savo išteklių naudojimą, o nepaskirstytas – pelno dalimi nepaskirstyta akcininkams.

Mokslinėje literatūroje išskiriamas ir netikėtas pelnas – pelno padidėjimas dėl netikėto rinkos sąlygų pasikeitimo (<http://www.pajamos.lt/zodynas/pelnas.html>).

Įmonė gali gauti pelno vykdydama įvairią veiklą, o pelno ataskaitoje paprastai išskiriamos kelios pelno rūšys. Andrijauskienė A. (2004) pelną klasifikuoja į bendrąjį, veiklos, pelną prieš apmokestinimą ir grynąjį pelną.

Bendrasis pelnas paskaičiuojamas kaip skirtumas tarp pajamų, gautų už pardavimus bei paslaugas, ir parduotų prekių bei atliktų darbų savikainos. Pelnu šis rodiklis vadinamas sąlygiškai, nes atspindi tik skirtumą, tarp to ką įmonė uždirbo pardavus prekes, ir sumos, kurią pati sumokėjo jas pirkdama. Andrijauskienės A. (2004) teigimu, bendrąjį pelną nulemia tokie veiksniai, kaip produkcijos ar paslaugų realizavimo pelnas (nuostolis), pelnas (nuostolis) realizavus įmonės turtą, finansiniai rezultatai iš nerealizacinių operacijų (pagautė).

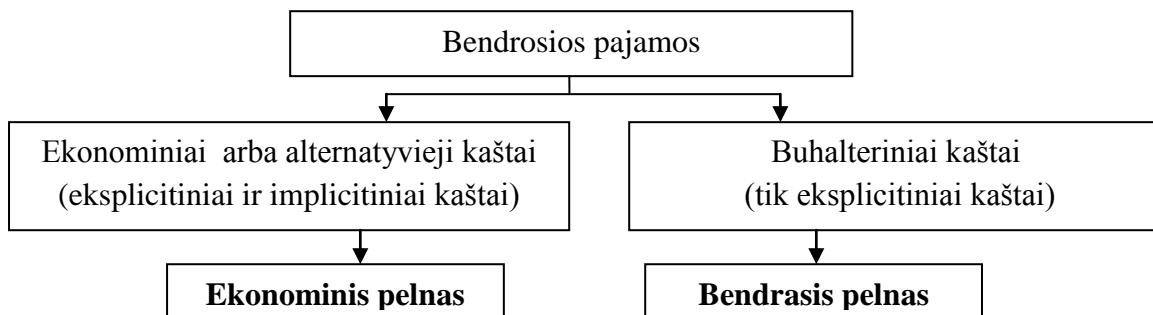
Veiklos pelnu Andrijauskienė A. (2004), Mackevičius J., Poškaitė D. (1998) įvardija pelną kaip bendrojo pelno ir veiklos sąnaudų skirtumą. Trumpiau tariant, šis rodiklis parodo įmonės įprastinės (tipinės ir netipinės) veiklos rezultatą per atskaitinį laikotarpį. Veiklos pelnas dažnai literatūroje apibrėžiamas kaip tipinės veiklos rezultatas. Mackevičius J. (2007) veiklos pelną skaido į tipinės ir įprastinės veiklos apibrėžtumus. Autorius nurodo, jog tipinė veikla – tai ūkinės operacijos, susijusios su veikla, iš kurios įmonė keletą atskaitinių laikotarpių gauna daugiausia pajamų ir kurią įmonė laiko pagrindine, o įprastinė veikla – tai pasikartojančios ūkinės operacijos, susijusios su įmonės veikla. Taigi, Mackevičius J. (2007) prie tipinės veiklos pelno, pridėdamas kitos veiklos bei finansinius ir investicinius rezultatus, gauna įprastinės veiklos pelną.

Grynojo pelno rodiklis parodo galutinį įmonės veiklos rezultatą, t.y. įmonėje liekantį pelną, kuris gali būti paskirstytas, arba nuostolius. Grynojo pelno rodiklis apskaičiuojamas iš pelno (nuostolių) prieš apmokestinimą atimant pelno mokesčio sąnaudų rodiklį (Mackevičius, 2007, VAS, 2006).

Akcininkams pagrindinis pelno (nuostolių) ataskaitos rodiklis yra grynasis pelnas, nes tik šia suma jie gali laisvai disponuoti: dalį pelno skirdami investicijoms, kitą dalį dividendams arba naudodami kitiems tikslams.

Ekonominėje literatūroje dažniausiai aptariamas ekonominis ir buhalterinis pelnas. Kitos pelno rūšys analizuojamos priklausomai nuo ekonominės situacijos ar nuo įmonės finansinių sprendimų.

Nors pelno masės skaičiavimas iš pirmo žvilgsnio atrodo elementarus, tačiau, skiriasi ekonomistų ir buhalterių pelno skaičiavimo metodikos (1.2 paveikslas). Buhalteriai įvertina tik eksplicitinius kaštus, nes buhalterinės apskaitos pelno koncepcijoje pagrindiniai elementai yra pajamos ir sąnaudos. Tuo tarpu ekonomistų požiūriu turi būti padengti visi numanomi kaštai, t.y., ir kaštai už savininkui priklausantį ir verslą investuotą turtą: nuoma už pastatus, palūkanos lėšas, įdėtas į verslą (Tamašauskienė Z., 2002).



1.2 pav. Ryšys tarp atskirų pelno sąvokų

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Tamašauskienė, Z. (2002)

Apibendrinat šias skaičiavimo metodikas, galima teigti, kad bendrasis (buhalterinis) pelnas - tai bendrųjų pajamų ir buhalterinių kaštų skirtumas, o ekonominis pelnas – skirtumas tarp bendrųjų pajamų ir ekonominių kaštų.

Z. Lydekos ir B. Drilingo (2002) teigimu skirtingi pelno skaičiavimo metodai formuoja nevienodą pelno sampratą. Išskiriamos buhalterinio, normalaus ir ekonominio pelno sąvokos.

Buhalterinis pelnas - įmonės pelnas, apskaičiuotas pagal priimtą finansinių ataskaitų rinkinio sudarymo tvarką (nurodomas įmonės pelno (nuostolių) ataskaitoje kaip pelnas prieš apmokestinimą). Jo dydis dažniausiai nesutampa su apmokestinamojo pelno dydžiu dėl tokių priežasčių, kaip (<http://e-terminai.lt/ekonomika/buhalterinis-pelnas>):

- Viršytų ar nepakankamų ankstesnių mokėjimų;
- Skirtumo tarp planuoto pelno pagal kurį apmokestinimai buvo atlikti ir iš tikrųjų pasiekto pelno pagal kurį korekcijos apmokestinimui turi būti atlikti.

Anot Snieško, V. (2001) buhalterinis pelnas yra bendrųjų pajamų ir buhalterinių kaštų skirtumas. Šiam teiginiui antrina ir užsienio autoriai (Wonacot, P. (1998), Mankiw, G. (2008); Gwartney, D. J. (2006); Baumol, J. W. (2009)).

Ekonominis pelnas - pelnas, likęs iš bendrųjų pajamų atskaičius visus kaštus, tarp jų ir alternatyviuosius t.y. bendrųjų pajamų ir ekonominių kaštų skirtumas. Kurios nors šakos įmonės, kurių pajamos didesnės už ekonominius kaštus, gauna ekonominį pelną. Tai skatina savininkus perkelti savo resursus į tą šaką, tikintis didesnių pajamų. Tokiu būdu ekonominis pelnas rinkos ekonomikoje padeda numatyti resursų perskirstymą šakoms. (<http://e-terminai.lt/ekonomika/ekonominis-pelnas>).

Be prieš tai aptartų ekonominio ir buhalterinio pelno, Bernanke, B. (2003), Bagdanavičius J. (1999) išskiria normalųjį pelną, kuris apibūdinamas kaip skirtumas tarp buhalterinio ir ekonominio pelno. Normalus pelnas kiekybiškai apima išteklių alternatyvius kaštus.

Kaip ekonominė kategorija pelnas atspindi grynąsias pajamas, sukurtas materialinėje gamyboje ir atlieka daug funkcijų. Pelnas parodo ekonominį efektą, pasiektą įmonės veikloje (Andrijauskienė A., 2004). Autorės teigimu, pelnas atlieka skatinimo funkciją, nes jis yra ne tik finansinis rezultatas, bet ir pagrindinis pajamų šaltinis. Todėl įmonės siekia gauti kuo didesnį pelną, nes tai yra pagrindas gamybinei veiklai plėsti, inovacijoms diegti, įmonės socialiniams poreikiams tenkinti ir darbuotojams materialiai skatinti. Pelno mokesčio pavidalu pelno dalis dalyvauja formuojant valstybės biudžetą. Mackevičius J. (2007) pritardamas Andrijauskienės A. (2004) mintims, pelno siekimo motyvą papildomai sieja su įmonės noru išlikti konkurencinės rinkos sąlygomis. Todėl galima teigti, kad pelnas yra pagrindinis ekonominio vystymosi veiksnys, tiek mikro, tiek makro lygiuose, finansinė nauda bei labai svarbus veiklos vertinimo kriterijus.

Verslo įmonės pelno gavimo ir didinimo prielaidos siejamos su ekonomiškumo principu, kurio siekimas siejamas su šiomis alternatyvomis (Baumol. W. J., Blinde A. S., 2004):

- Numatytą apimtį pasiekti mažiausiomis sąnaudomis – minimizavimo principas.
- Pasiekti palankiausių santykį tarp sąnaudų ir pajamų – optimizavimo principas.
- Turimomis sąnaudomis gauti didžiausias pajamas – maksimizavimo principas.

Bagdžiūnienė V. (2006) įmonės pelną skirsto pagal penkis kriterijus: pagal veiklos rūšį, pagal apmokestinimą, pagal infliacijos poveikį, pagal panaudojimo pobūdį bei pagal turinį (1.2 lentelė).

1.2 lentelė

Įmonės pelno skirstymo kriterijai

Kriterijus	
Veiklos rūšis	Bendroji arba tipinė veikla – tai ūkinės operacijos, susijusios su veikla, iš kurios įmonė keletą ataskaitinių laikotrupių gauna daugiausia pajamų ir kurią įmonė laiko pagrindine. Iprastinė veikla – tai pasikartojančios ūkinės operacijos, susijusios su įmonės veikla. Investicinės, finansinės veiklos arba ypatingų straipnių, kuriuose parodomi neįprastų, atsitiktinių, reguliariai nepasikartojančių ūkinių įvykių rezultatai.
Apmokestinimas	Apmokestinamasis - pelno suma, iš kurios mokami mokesčiai valstybei. Neapmokestinamasis - pelno suma, kurią įmonė gauna, neatskaičiavus pelno mokesčio.
Infliacijos poveikis	Nominalusis, kuris neperskaičiuojamas atsižvelgiant į infliacijos indeksą. Realusis, kuris perskaičiuojamas atsižvelgiant į infliacijos indeksą.
Panaudojimo būdas	Kapitalizuotas - kai pelnas sunaudojamas tolesnėje įmonės veikloje. Sunaudotas - kai išmokamas įmonės savininkams
Turinys	Apskaitinis - kai pelnas pagrįstas dokumentais. Ekonominis - kurį apskaičiuojant daromos implicitinės (numanomos) išlaidos.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Bagdžiūnienė, V. (2006). Įmonių veiklos planavimas ir analizė

Kaip jau minėta, pelno didinimu suinteresuotos visos verslo įmonės. Vienoms tai sekasi geriau, kitoms blogiau. Jei įmonė gauna didesnį pelną, ji gali plėtoti verslą, diegti naujas

technologijas, skatinti ir motyvuoti darbuotojus, skirti lėšų jų kvalifikacijai kelti. Tokiu būdu didinamos įmonės konkurencinės galimybės. Pelnas priklauso nuo įmonės gebėjimo naudoti turtą, tačiau spręsti pelno didinimo klausimus reikėtų atsargiai, nes didelio pelno siekimas gali sukelti ir tam tikrų nepageidaujamų pasekmių, tokių kaip įmonės veiklos rizikos padidėjimas, socialinių problemų išryškėjimas, kai įmonė pažeidžia darbuotojų interesus laiku nemokėdama arba mokėdama mažus atlyginimus. Verslo įmonė turi uždirbti tiek pinigų, kad būtų padengtos visos sąnaudos ir dar liktų pinigų įvairiems poreikiams tenkinti. Be to, įmonė pelningai dirbti turi ne vienerius metus ir matyti savo veiklos perspektyvą (Davulis G., 2009).

Taigi, nepamatuotas pelno siekimas sukelia rizikos didėjimą, pamirštami darbuotojų interesai (mokami per maži atlyginimai, nesprenžiamos socialinės problemos, nediegiamos naujos technologijos). Tokios įmonės veiklos strategija nėra perspektyvi.

Anot Bagdžiūnienės V. (2005) ir Juozaitienės L. (2007) vienas iš svarbiausių pelno didinimo šaltinių yra nuolatinė ir išsami jo analizė. Analizuojant pelną, dažniausiai keliami tokie uždaviniai: nustatyti pelno plano pagrįstumą ir ryšį su kitais finansinio plano rodikliais, įvertinti ataskaitinio laikotarpio pelno plano įvykdymą, jo dinamiką ir sudėtį, įvertinti plano kitimą nulėmusius veiksnius ir nustatyti neigiamų veiksnių pašalinimo galimybes. Pirmiausia turi būti atliekama pelno sudėties, struktūros ir dinamikos analizė. Ši analizė atliekama remiantis pelno (nuostolių) ataskaita. Šiame finansinės atskaitomybės dokumente pateikiami duomenys apie uždirbtas pajamas per ataskaitinį laikotarpį ir patirtas sąnaudas toms pajamoms uždirbti. Lietuvoje, kaip ir kitose šalyse, ataskaita sudaroma pagal daugiapakopę sistemą atskirai parodant kiekvienos įmonės veiklos pajamas ir sąnaudas.

Verslo apskaitos standarte pelnas vadinamas svarbiausiu įmonės veiklos rezultatų įvertinimo rodikliu, kuris priklauso nuo verslo įmonės pajamų bei sąnaudų dydžio. Lietuvos apskaitos tvarkymo metodinės rekomendacijos bei jų taikymo taisyklės apibrėžtos Verslo apskaitos standartuose. Pajamų ir sąnaudų pripažinimo tvarką numato 3 - Verslo Apskaitos Standartas. Pagrindiniai pelno apskaičiavimo elementai yra pajamos ir sąnaudos (VAS, 2006):

- Pajamos - ekonominės naudos padidėjimas, pasireiškiantis turto (arba jo vertės) padidėjimu per ataskaitinį laikotarpį arba įsipareigojimų sumažėjimu, dėl kurio padidėja nuosavas kapitalas, išskyrus papildomus savininkų įnašus;
- Sąnaudos - ekonominės naudos sumažėjimas, pasireiškiantis turto arba jo vertės sumažėjimu ar įsipareigojimų prisiėmimu per ataskaitinį laikotarpį, kai dėl to sumažėja nuosavas kapitalas, išskyrus tiesioginį jo mažinimą.

Pelnei įtakos turi ir kapitalo struktūra. Verslo rizika priklauso nuo to, kokia įmonės išlaidų dalis yra pastovi. Jei pastovios išlaidos sudaro didelį lyginamąjį svorį visų išlaidų sudėtyje, tai nedidelis pardavimų mažėjimas gali nulemti veiklos pelno ir kapitalo pelningumo sumažėjimą.

Taigi, kuo didesnės pastovios išlaidos, tuo didesnė verslo rizika. Pelno siekimas visada susijęs su rizika.

1.3 lentelė

Padariniai apskaičiavus didesnę arba mažesnę įmonės pelną

Apskaičiavus didesnę pelną	Apskaičiavus mažesnę pelną
1. Įmonė mokės didesnę pelno mokestį.	1. Kris įmonės įvaizdis.
2. Vadybininkai gali priimti neteisingus valdymo sprendimus dėl įmonės plėtros, organizacinės struktūros keitimo, paslaugų teikimo ir pan.	2. Tikimybė, kad kris akcijų kursas.
3. Darbuotojai gali prašyti padidinti darbo užmokestį, reikalauti įvairių kultūrinių, sportinių, socialinių paslaugų.	3. Vadybininkai gali priimti neteisingus sprendimus dėl įmonės plėtros, organizacinės struktūros keitimo, paslaugų teikimo ir pan.
4. Akcininkai gali reikalauti išmokėti didesnius dividendus.	4. Gali sumažėti investuotojų dėmesys ir galimybės konkuruoti rinkoje.
	5. Problemos dėl paskolų (iš banko) gavimo.

Šaltinis: sudaryta autorės, pagal Mackevičių J. (2007)

Apžvelgus įvairias pelno sąvokas galima teigti, kad šis rodiklis yra svarbus vertinant įmonės veiklos rezultata, nes jis parodo įmonės veiklos lygį. Pelno didinimu suinteresuotos visos įmonės nepriklausomai nuo jų dydžio, rūšies ir veiklos srities. Be to, pelnas yra daugybės įmonių vadovų valdymo politikos ir priimtų sprendimų įtakos rezultatas, padedantis pasiekti įmonė skeliamus tikslus. Ekonominė pelno reikšmė svarbi ne tik įmonės savininkams, bet ir valstybei.

1.2. Veiksniai lemiantys pelno dydį

Aptarus finansinio rezultato sąvoką bei jos ypatumus, galima atlikti pelno analizę. Tačiau, kad atlikta analizė būtų informatyvi (parodytų priežastis, dėl kurių susidarė tam tikras finansinis rezultatas) reikia gerai suvokti pelną įtakojančius veiksnius.

Veiksnių, darančių įtaką įmonės pelnui, analizės svarbą, nurodo ir Garšvienė L., Lileikienė A., (2007). Autorės teigia, jog tirti ir sisteminti šiuos veiksnius būtina, nors tiksliai apskaičiuoti jų įtaką sudėtinga. Manytina, jog atliekant įmonės pelningumo analizę, didelis dėmesys turi būti skiriamas veiksnių įtakos nagrinėjimui.

Pelno rodiklis pasižymi jį įtakojančių veiksnių gausa, sudėtingumu, atskirų elementų tarpusavio ryšiais. Veiksnių, veikiančių įmonės pelną yra nemažai. Mokslinėje literatūroje jie įvardijami skirtingai.

Anot Juozaitienės L. (2007), pelną lemia įmonės pasirinkta asortimento formavimo politika, asortimento formavimas pagal gaminių pelningumą bei savikainos mažinimas. Tačiau Bagdžiūnienė V. (2006) pažymi pelną lemiančiais veiksniais, produkcijos pardavimą natūriniais vienetais, parduotos produkcijos struktūros asortimento kitimą, pardavimo kainą bei pardavimo savikainą.

Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I. (2005) pelną lemiančiais veiksniais įvardija veiklos produkto apimtį, struktūros ir asortimento, kainų bei sąnaudų apimtį pasikeitimus.

Papildydami minėtų autorių teiginius, lietuvių autoriai Gronskas V. (2006), Mackevičius J. (2005), Andrijauskienė A. (2004) nurodo pagrindines pelno analizės kryptis, kurių dėka bus detalai išaiškinama veiksmų įtaka pelnui:

- Pelno ataskaitos vertikalią ir horizontalią analizę ;
- Bendrojo pelno veiksmų analizę;
- Pelno segmentinę analizę (pagal veiklos sritis, rūšis, padalinius);
- Prognozuojamo pelno analizę;
- Pridėtosios vertės analizę.

Vertikalią analizę – tai įmonės finansinės būklės įvertinimas, naudojant įvairius santykinus rodiklius, leidžiantis operatyviai pastebėti neigiamus įmonės veiklos pokyčius, atlikti finansinės būklės įvertinimą lyginamosios analizės būdu. Dažniausiai lyginama su etaloniniais, vidutiniais šakos ar analogiškos įmonės rodikliais. Jeigu tokių palyginamųjų nėra arba nepavyksta gauti, lyginti galima su teorinėmis reikšmėmis arba praėjusių laikotarpių duomenimis. (Šlekienė D., Klimavičienė I., 2000).

Vertikaliosios analizės esmę sudaro tai, kad atitinkamas finansinės ataskaitos rodiklis lyginamas su bendru baziniu tos ataskaitos rodikliu, o gautas dydis išreiškiamas bazinio dydžio procentais (Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I., 2002).

Anot Mackevičiaus J. ir Poškaitės D. (1998), vertikaliąją analizę galima vadinti rodiklių lyginamųjų svorių skaičiavimu. Ji leidžia pastebėti neigiamus įmonės veiklos pokyčius ir atlikti finansinės būklės įvertinimą lyginamosios analizės būdu, atsiranda galimybė stebėti atskirų elementų tarpusavio ryšį ir jų įtaką bendram rezultatui, todėl galima daryti išvadas apie rodiklių pasikeitimus ir jų priežastinius ryšius, nes bet koks vieno sistemos elemento būklės pasikeitimas veikia kitus.

Horizontalią analizę – tai dvejų ar daugiau metų finansinių ataskaitų duomenų palyginimas. Ši analizė padeda nustatyti atitinkamų rodiklių dinamiką, numatyti bendras vystymosi tendencijas. Dažniausiai išėties tašku pasirenkamas tam tikras ataskaitinis laikotarpis, vadinamas baziniu laikotarpiu ir visi po jo einantys metai analizuojami apskaičiuojant augimo tempą arba prieaugio koeficientus (Šlekienė D., Klimavičienė I., 2000). Horizontalią analizę atliekama tada, kai finansinių ataskaitų dydžiai lyginami su praėjusio laikotarpio duomenimis, o nukrypimas išreiškiamas absoliučiu arba santykinu dydžiu. Horizontalią analizę parodo finansinių rodiklių dinamiką, tačiau nenurodo priežasčių, dėl kurių rodikliai pasikeitė (Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I., 2002).

Anot Ruchovienės D. (1998), šios analizės trūkumas yra tai, kad kaip bazinių rodiklių negalima naudoti neigiamų dydžių arba lygių nuliui, taip pat ši analizė nepadeda nustatyti kitimo priežasčių. Autorė mano, kad atliekant horizontalią analizę galima įvertinti įmonės ilgalaikio turto padėtį, įsitikinti ar pakanka įmonės turto, kad galima būtų jį pateikti kaip užstatą kreditui gauti; nustatyti ilgalaikio turto nusidėvėjimo atskaitymus; apskaičiuoti apyvartinio kapitalo dydį, grynųjų pinigų likučio tendencijas; atskleisti įmonės skolų būklę, pajamų ir sąnaudų lygio kitimą. Tam tikra horizontalios analizės atmaina yra Trendo analizė.

Segmentinė analizė yra tam tikro įmonės padalinio, veiklos srities, reiškinių ar produkto pelno analizė. Vakarų pasaulyje yra paplitusi vadinamoji segmentinė analizė, kurios metodika yra nesudėtinga. Ją atliekant reikia atitinkamos apskaitos informacijos, gerai tvarkomos išlaidų apskaitos. Segmentinės analizės metodika daug priklauso nuo to, kaip įmonėje organizuoti planavimo ir apskaitos procesai. Jeigu marketingo, pardavimų ir gamybos išlaidų apskaita organizuotos įmonės padalinių ar gamybos linijų, gaminių ar veiklos sričių lygiu, tada įmanoma atlikti ir segmentinę pelno analizę. Vakarų šalyse, kaip rašo Wilson R. ir McHugh G. (1993), didelės korporacijos atlieka segmentinę analizę pagal teritorinius, gamybinius padalinius, ūkinės – gamybinės veiklos sritis ir gaminius. Ji suteikia nemažai informacijos būsimų laikotarpių planams ir prognozėms sudaryti bei garantuoja pelningą įmonės veiklą. Tai ypač aktualu tada, kada daugelis kompanijų nežino, kiek marketingo išlaidų tenka kiekvienam gaminiui, pardavimo sferai ar pirkėjų grupei, kai dalis marketingo išlaidų „pradingsta” gamybos išlaidų ar administracinių valdymo išlaidų sudėtyje ir pan. Kaip teigia minėti autoriai, tik labai nedidelė dalis įmonių rūpinasi gamybos išlaidas ir pelną įvertinti segmentiniu pjūviu priklausomai nuo pardavimų apimties kitimo, ir dar mažesnė įmonių dalis sugeba prognozuoti produkcijos apimties ir pelno kitimą, priklausomai nuo rinkos pajėgumo kitimo. (Mackevičius J., Poškaitė D., 1998).

Pelno segmentinei analizei keliami tokie uždaviniai (Mackevičius J., Poškaitė D., 1998):

1. Išanalizuoti gaminių pardavimo ir paskirstymo išlaidas, ypač tas, kurios neišskirtos iš bendrųjų produkcijos savikainos išlaidų;
2. Išanalizuoti konkrečių gaminių pardavimo išlaidas siekiant nustatyti jų pelningumą;
3. Išanalizuoti išlaidas, susijusias su konkrečių teritorijų bei klientų grupių aptarnavimu, siekiant nustatyti jų pelningumą;
4. Apskaičiuoti tokius rodiklius: vieno užsakymo, naujo kliento įregistravimo, apskaitos tvarkymo, vieno pardavimo, atsargų laikymo ir kitas išlaidas;
5. Įvertinti vadovus atsižvelgiant į jų atsakomybę kontroliuojant išlaidas;
6. Įvertinti alternatyvią strategiją ar planus bei su jais susijusias išlaidas. Turint kiekvieno įmonės padalinio, produkto, rinkos srities, kliento ir pan. pajamų ir išlaidų rodiklius,

galima nustatyti jų pelningumą ir analizuoti pelno susidarymo teigiamus ir neigiamus veiksnius.

Turint kiekvieno įmonės padalinio, produkto, rinkos srities, kliento ir pan. pajamų ir išlaidų rodiklius, galima nustatyti jų pelningumą ir analizuoti pelno susidarymo teigiamus ir neigiamus veiksnius.

Labai didelę įtaką įmonės veiklos ekonominiams rezultatams lemia įvairūs išoriniai veiksniai (šalies ekonominės ir politinės padėties nestabilumas, mokesčių ir finansų sistemų kaita, teisės aktų dviprasmiškumas, infliacija, valiutų kursų skirtumai, konkurencija, gamtinės sąlygos ir kt.) bei vidiniai veiksniai (gerų profesionalių vadovų ir darbuotojų trūkumas, neracionalus išteklių naudojimas, neteisingi vadovų sprendimai verslo atžvilgiu ir t.t.). Jeigu vidinius veiksnius, tiesiogiai susijusius su įmone, dar galima kontroliuoti (pasamdyti profesionalius vadovus ir darbuotojus, investuoti į naujas technologijas, pritraukti tiekėjus ir pirkėjus, stengtis priimti kiek įmanoma teisingesnius sprendimus verslo atžvilgiu ir t.t.), tai išorinių rinkos veiksnių paveikti beveik neįmanoma.

Konkurencingos rinkos sąlygomis neįmanoma pašalinti rizikos poveikio, todėl kiekviena įmonė turi ieškoti kompromiso tarp galimo didžiausio pelno ir rizikos optimizavimo. Nepriklausomai nuo to, kur ir kaip kuriamas pelnas, pelną lemiantys veiksniai yra ypač svarbūs informacijos vartotojams, analizuojantiems dabartinę įmonės padėtį, prognozuojantiems jos ateitį, nustatantiems veiksnių poveikio kryptį. Norint efektyviai valdyti įmonę, jos veiklą, reikia sugebėti atsižvelgti į kuo didesnę tokių rizikingų veiksnių skaičių, juos tinkamai įvertinti tam, kad būtų galima priimti racionalius valdymo sprendimus. Optimalus finansų valdymas yra labai svarbus, dažnai netgi gyvybiškai reikalingas verslui. Pelno didinime svarbiausias yra klausimas ne kam, o kokiais metodais jį pasiekti. Labai svarbu nustatyti kokias galimybes galima kontroliuoti arba paveikti norint pasiekti norimą pelną (Thompson O., 1997).

Atlikus įmonės ūkinės - finansinės veiklos analizę ir nustatčius stipriąsias ir silpnąsias vietas, įmonės galimybes ir pavojus galima pradėti formuoti optimalų įmonės planą, atsižvelgiant į didinimo užduotis. Formavimo metodai skirsis priklausomai nuo daug veiksnių. Svarbiausi jų yra [33, p.66]:

- Produktų gyvavimo bei gamybos ciklai, pardavimų struktūra (produktų ar paslaugų diversifikavimo laipsnis, produktų realizavimo būdai ir apimtys, pirkėjų skaičius);
- Pardavimų strategija ir jos įgyvendinimo priemonių efektyvumas, ypač esamų ir potencialių pirkėjų grupės, jų pirkimų motyvai, rinkų prieinamumas;
- Rinkų struktūra (pagrindiniai segmentai) ir jų dydis;
- Konkurentai, jų gaminami produktai ir rinkos dalis;
- Įmonės dydis (gamybos ar prekybos apimtys, darbuotojų skaičius);

- Įmonės turtas (kapitalo struktūra: įmonės paklausaus turto dalis, įmonės pajėgumų apkrovimas ir neefektyvių pajėgumų dalis);
- Įmonės personalas (pagrindinių vadovų ir darbuotojų kvalifikacija, patirtis, kūrybiškumas, personalo paskatų sistema);
- Produkcijos kokybės užtikrinimo sistema, technologijų lygis, naujovių paieška ir jų diegimas.

1.2.1. Išoriniai veiksniai ir jų įtaka pelnui

Išorės veiksniai yra labiau makroekonominio pobūdžio, t.y. susiję su politiniais, teisiniais, kultūriniais, demografiniais, techniniais, ekonominiais procesais. Įmonės ūkinę veiklą, o kartu ir pelną veikia ūkinė politika, jos ekonominė sistema, vietinės veiklos sąlygos bei įmonės produkcijos paklausa. Visi veiksniai formuoja efektyvią įmonės veiklą rinkos sąlygomis.

Anot Mackevičius J., Poškaitė D. (1998), iki šios dienos atliekant finansinę analizę, išoriniai veiksniai nepakankamai nagrinėjami, nors jie turi didžiulės įtakos įmonės pelnui, jos plėtrai, konkurencingumui rinkoje, išlaidoms. Išorės veiksniai susiję su teisiniais, politiniais, ekonominiais, visuomeniniais, demografiniais, kultūriniais, techniniais procesais, kurie įtakoja įmonės plėtrą. Išoriniai veiksniai iš dalies formuoja kainas, paklausą bei pasiūlą ir pan.

Rinkos ekonomikos sąlygomis pajamų iš produkcijos pardavimo dinamiką formuoja pasiūlos ir paklausos veiksniai. Todėl analizuojant pelną reikia nagrinėti paklausą ir pasiūlą, t.y. (Mackevičius J., Poškaitė D., 1998):

- Analizuoti produkcijos pardavimo lygį nagrinėjamu laikotarpiu;
- Nustatyti pardavimų dinamiką per tam tikrą laikotarpį, prognozuoti jos apimtį ateičiai;
- Nustatyti paklausą veikiančius veiksnius bei numatyti, kurie veiksniai gali turėti įtaką ateityje;
- Ištirti paklausos veiksnių įtaką produkcijos paklausos struktūrai, dinamikai ir apimčiai.

Anot autorių (Mackevičius J., Poškaitė D., 1998) paklausos tyrimo metu atliekama statistinė lyginamoji išvardytų veiksnių analizė. Tokia analizė atliekama norint nustatyti paklausos kokybinius pasikeitimus, jos dydį. Paklausai taip pat turi įtakos prekių paskirstymas, realizavimo formos, įpakavimas ir kt.

Ekonomikos teoretikų dažniausiai išskiriami šie paklausos veiksniai, turintys įtakos pelno dydžiui bei jo kitimui (Mackevičius J., Poškaitė D., 1998):

- Prekės pakaitalų kainų pokyčiai (kainų didėjimas paklausą didina, mažėjimas – mažina);
- Prekės papildų kainų pokyčiai (kainų didėjimas paklausą mažina, mažėjimas – didina);
- Pirkėjų pajamų pokyčiai (pajamų didėjimas paklausą didina, mažėjimas – mažina);

- Pirkėjų santaupų pokyčiai (santaupų didėjimas paklausą mažina, mažėjimas – didina);
- Pirkėjų prioritetų kitimas (augant prioritetams paklausa didėja, mažėjant – mažėja);
- Vartojimo tradicijų pokyčiai (vartojimo tradicijai stiprėjant paklausa didėja, silpnėjant mažėja);
- Mokesčių pokyčiai (mokesčių didėjimas paklausą mažina, mažėjimas – didina).

Reaguodama į paklausą, formuojasi prekių ir paslaugų pasiūla. Prekių pasiūla yra labai svarbi, nes jos rezultatai nulemia įmonės prekių asortimento formavimą ir pajamas. Pasiūlą lemiantys veiksniai (Mackevičius J., Poškaitė D., 1998):

- Prekės gamybai naudojamų veiksnių (kapitalo, darbo jėgos, žaliavų ir kt.) kainų pokyčiai (kainų didėjimas pasiūlą mažina, mažėjimas – didina);
- Prekės gamybai naudojamų veiksnių pakaitalų ir papildų kainų pokyčiai (kainų didėjimas pasiūlą mažina, mažėjimas – didina);
- Prekių pakaitalų, gaminamų iš tų pačių išteklių, pateikimas ar nepateikimas rinkai (pateikimas pasiūlą mažina, nepateikimas – didina);
- Prekių papildų, gaminamų iš tų pačių išteklių, pateikimas ar nepateikimas rinkai (pateikimas pasiūlą didina, nepateikimas – mažina);
- Pažangių technologijų, leidžiančių mažinti išlaidas prekei pagaminti, panaudojimas ar nepanaudojimas (panaudojimas pasiūlą didina, nepanaudojimas – mažina);
- Dotacijų buvimas ar nebuvimas (buvimas pasiūlą didina, nebuvimas – mažina);
- Mokesčių mažinimas arba didinimas (mokesčių mažinimas pasiūlą didina, didinimas – mažina).

Pasiūlą veikiančių veiksnių analizė turi nustatyti jų poveikį įmonės gamybiniam pajėgumui, taip pat jos elgesį rinkoje, priklausomai nuo ūkio sąlygų pasikeitimo. (Mackevičius J., Poškaitė D., 1998).

Norint įvertinti prekių (paslaugų) paklausos pokyčius, sąlygojamus veiksnių pokyčių, galima pasinaudoti elastingumo sąvoka. Elastingumas - dydis, parodantis procentinį vieno kintamojo pokytį vienu procentu pakitus kitam kintamajam (Wonnacott P., 1998).

Bučičienė I. (2002) nurodo, kad prasingiausias paklausos elastingumas kainų, gyventojų (pirkėjų) pajamų bei reklamos išlaidų atžvilgiu.

1.2.2. Vidiniai veiksniai ir jų įtaka pelnui

Išorės veiksnių tyrimas pakankamai sudėtingas, todėl daugiau dėmesio skiriama vidaus veiksnių analizei.

Vidiniai veiksniai, lemiantys pelno dydį, susiję su įmonės ūkiniais – gamybiniais planais, materialiniais ištekliais, kuriais įmonė disponavo nagrinėjamu laikotarpiu. Pelnas parodo veiklos rezultatus, bet neapibūdina priemonių, kuriomis tie rezultatai buvo pasiekti. Nuo to, kaip įmonės vadovai sugeba nustatyti jų poveikį pelnui, priklauso įmonės pelno dydis ir jo kitimo tendencijos (Mackevičius J., Poškaitė D., 1998). Anot šių autorių, pagrindiniai veiksniai, turintys įtakos pelnui ir kurių dydį gali paveikti įmonės vadovai yra pardavimo apimtis, pardavimo kaina, parduodamų prekių savikaina, produkcijos struktūra ir asortimentas.

Bendrojo pelno ryšys su atitinkamais veiksniais pagal Gronską V. (2006) pateiktas 1.4 lentelėje.

1.4 lentelė

Bendrojo pelno ryšys su pardavimo apimtimi, produkcijos kaina, savikaina, struktūra ir asortimentu

Bendrajį pelną įtakojantys veiksniai	Bendrojo pelno ryšys su veiksnium
Pardavimo apimtis	Tarp bendrojo pelno ir natūrinės pardavimų apimtys yra tiesioginis ryšys: didėjant parduotos produkcijos apimčiai (jeigu ji pelninga) ir nesikeičiant kitiems veiksniams, pelnas didės, ir atvirkščiai: jeigu mažės parduotų prekių kiekis, tai mažės ir pelnas.
Pardavimo kaina	Parduotos produkcijos kainos taip pat veikia pelno dydį. Jeigu prekės parduodamos didesnėmis kainomis nei planuota ar palyginti su praėjusiu laikotarpiu, tai pelnas didės ir atvirkščiai.
Parduotų prekių savikaina	Tarp parduotų prekių savikainos ir pelno yra atvirkštinė priklausomybė. Didėjant produkcijos savikainai, pelnas sumažėja, o savikainai mažėjant, pelnas didėja.
Produkcijos struktūra ir asortimentas	Produkcijos struktūros ir asortimento veiksnio tiesiogiai iš pelno skaičiavimų nematyti. Jeigu gaminama ir parduodama produkcija yra nevienodo pelningumo, tai, padidėjus pelningesnės produkcijos lyginamajam svoriui, pelnas padidės. Ir atvirkščiai: padidėjus mažiau pelningos arba nuostolingos produkcijos lyginamajam svoriui, pelnas sumažės.

Šaltinis: sudaryta autorės, pagal V. Gronską (2006)

Pardavimo apimtis natūrine išraiška - jo įtaka nustatoma bazinį pelną padauginus iš pardavimų pasikeitimo procento ir gautą rezultatą palyginus su bazinio laikotarpio pelnu. Pelno dydį tiesiogiai veikia parduotos produkcijos kaina. Jei prekės parduodamos didesne kaina nei buvo planuota, ar palyginus su praėjusiu laikotarpiu, tai ir pelnas didės (ir atvirkščiai); Pardavimų kainos - jos įtaka apskaičiuojama, pelną, apskaičiuotą faktinėmis produkcijos pardavimo kainomis, lyginant su pelnu, apskaičiuotu bazinėmis produkcijos pardavimo kainomis. Tačiau daroma prielaida, kad kainų mažinimas yra tik ribotas veiksnys, nes tai gali būti traktuojama, kaip pigesnių žaliavų ieškojimas, kuris reiškia ir gaminamos produkcijos kokybės pablogėjimą; Parduotų prekių savikaina - jos įtaka pelnui nustatoma lyginant faktinio pelno rodiklį su pelnu, perskaičiuotu esant bazinei gaminių savikainai. Parduotų prekių savikaina svarbus veiksnys, nes įmonė norėdama padidinti pelną, turi išsamiai išanalizuoti gamybos išlaidas; Produkcijos struktūra bei asortimentas - šis veiksnys svarbus tada, kai gaminių pelningumas nevienodas. Tokiu atveju padidėjus

pelningesnės produkcijos lyginamasis svoris – pelnas didėja, o jei daugėja mažiau pelningesnės produkcijos lyginamasis svoris, tada pelnas mažėja (Gronskas V., 2006).

Anot Juozaitienės L. (2007) rinkos sąlygomis įmonės pelno dydis priklauso ir nuo veiklos pobūdžio, dydžio, verslo aplinkos, apskaitos sistemos principų bei kitų sąlygų, kaip pavyzdžiui:

1. Ilgalaikio turto nusidėvėjimo būdo (tiesioginis, produkcijos, dvigubai mažėjančios vertės ir metų skaičiaus metodai);
2. Pasirinktų atsargų apskaitos metodo (LIFO, FIFO, HIFO, VK);
3. Rezervų abejotinoms skoloms dydžio;
4. Kreditų palūkanų dydžio.

Taikant ilgalaikio turto nusidėvėjimo (amortizacijos) skaičiavimo tiesinį metodą, metinė nusidėvėjimo suma apskaičiuojama kaip ilgalaikio turto įsigijimo kainos ir to turto likvidacinės kainos skirtumo bei nusidėvėjimo laiko santykis ([www.vmi.lt/cms, dokuments/10174/8243165/](http://www.vmi.lt/cms/dokuments/10174/8243165/)).

Produkcijos metodu apskaičiuota nusidėvėjimo suma priklauso nuo tam tikru ilgalaikio materialiojo turto objektu pagamintos produkcijos (atliktų paslaugų) kiekio (Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 955, 1998).

Taikant dvigubą – mažėjančios vertės metodą, nusidėvėjimas skaičiuojamas nuo objekto likutinės vertės pagal du kartus padidintą procentą. (Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 955, 1998)

Metų skaičiaus metodu apskaičiuota nusidėvėjimo suma skaičiuojama nuo įsigijimo vertės, tačiau pirmaisiais turto naudojimo metais į produkcijos, darbų (paslaugų) savikainą įskaitoma didžiausia nusidėvėjimo suma, antraisiais - mažesnė negu pirmaisiais, o trečiaisiais ir dar vėlesniais metais - tolygiai mažėjanti nusidėvėjimo suma priklausomai nuo pasirinkto turto naudojimo laiko (Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 955, 1998).

Siekiant nustatyti teisingą įmonės pelno dydį, būtina įvertinti veiksnių įtaką finansinės apskaitos ir finansinės atskaitomybės duomenims.

LIFO metodas - LIFO (angl. Last In First Out, liet. Paskutinis Gautas Pirmas Parduotas) materialijų atsargų, tarp jų prekių, reikalingų gamybai bei skirtų perparduoti, įvertinimo metodas, kai materialiosios atsargos (prekės), pirktos paskiausiai, parduodamos pirmiausiai. Taigi materialijų atsargų (prekių), likusių ataskaitinio laikotarpio pabaigoje, vertė lygi anksčiausiai pirktų materialijų atsargų (prekių) vertei [44, p. 65].

FIFO metodas - FIFO (angl. First In First Out, liet. Pirmas Gautas Pirmas Parduotas) materialijų atsargų, tarp jų prekių, reikalingų gamybai ir skirtų perparduoti, įvertinimo metodas, kai materialiosios atsargos (prekės), pirktos anksčiausiai, pirmiausia parduodamos. Taigi materialijų atsargų (prekių), likusių ataskaitinio laikotarpio pabaigoje, vertė lygi paskiausiai pirktų materialijų atsargų (prekių) vertei [37, p.65].

HIFO (ang. Highest In First Out, liet. Vertingiausias Gautas Pirmas Parduotas) Šio metodo esmė ta, kad daiktai turintys didžiausią pirkimo ar gamybos vertę, pirmi savuarojami arba parduodami ataskaitiniu laikotarpiu. Taigi, visi daiktai pagal savo vertę turi būti vartojami ar parduodami atitinkamu laikotarpiu tam tikru nuoseklumu. Šio metodo tikslas - balanso sudarymo dieną pasiekti kuo mažesnę visų atsargų vertę, kuri atitinka pagrindinius ekonominius apdairumo principus [32, p.65].

VK metodas - tai svetinio vidurkio metodas, pagal kurį kiekvieno straipsnio savikaina yra nustatoma pagal panašių atsargų vienetų laikotarpio pradžioje ir panašių atsargų vienetų, įsigytų ar pasigamintų per visą laikotarpį, kainų svertinį vidurkį. Vidurkis gali būti skaičiuojamas periodiškai arba gavus kiekvieną papildomą atsargų partiją, atsižvelgiant į aplinkybes kiekvienoje įmonėje [64, p.65].

Taigi, numačius priežastis ir veiksnius, įtakojančius įmonės finansinius rezultatus, galima prognozuoti įmonės pelną. Svarbu atrasti ir išanalizuoti kuo daugiau veiksnių, lemiančių pelno dydį. Privalu analizuoti ne tik neigiamus, pelną lemiančius, veiksnius, bet ir teigiamus. Pagrindiniai veiksniai, įtakoiantys pelną yra: pardavimo apimtis, produkcijos kaina, savikaina, veiklos sąnaudos bei produkcijos struktūra.

1.3. Pelningumo esmė ir santykiniai pelningumo rodikliai

Norint objektyviai įvertinti įmonės veiklos efektyvumą, konkurencingumą, tęstinumo galimybes, nepakanka išanalizuoti absoliutinius pelno rodiklius ir jais remiantis priimti tam tikrus sprendimus. Dvi įmonės, gaudamos tokį pat pelną, gali būti vertinamos visiškai skirtingai. Jos gali skirtis komerciniu, finansiniu, investiciniu požiūriu, gali būti skirtingas įmonių veiklos efektyvumas. Žymiai išsamesnė informacija gaunama apskaičiavus pelningumo rodiklius ir juos palyginus su ankstesnių metų rodikliais ar kitų įmonių rodikliais. Pelningumas yra pagrindinis argumentas, visai ekonomikai, kiekvienam asmeniui ar įmonės veiklos rezultatui.

Pelningumo rodikliai padeda investuotojams orientuotis, ar verta investuoti į įmonę, ar geriau rinktis kitus investavimo būdus (Mackevičius J., 2005). Svarbu teisingai pasirinkti, kokius pelningumo rodiklius būtina skaičiuoti.

Pelningumas - įmonės gebėjimas uždirbti pelną, t.y. gauti kuo daugiau pelno iš kiekvieno investuoto lito (Bagdžiūnienė V. (2005), Adelman P. J., Marks A. M. (2007), Carte N.(2005)). Pelningumą, kaip pelno santykį su tam tikru įmonės veiklos rodikliu, kuris turi ryšį su pelnu apibūdina Gronskas V., 2005).

Mackevičius J., Molienė O., Poškaitė D. savo straipsnyje „Bendrojo pardavimų pelningumo kompleksinės analizės metodika“ (2008) surinko įvairioje ekonomikos literatūroje pateikiamus labai įvairius pelningumo sąvokų apibūdinimų. Pelningumas apibrėžiamas kaip: pelnas, kurį gauna

firma pagal savo dydį (Pass, Lowes, Davies, 1994); bendrojo pelno pagrindinių pajamų santykis arba grynojo pelno ir pardavimų bei paslaugų apimties santykis (Buračas, 1997); procentinis vieno pelno vieneto ir kito dydžio santykis (Cooley, Roden, 1988); įmonės sugebėjimas gauti pelną (Samuels, Wilkes, Brayshaw, 1993); rodiklis, parodantis įmonės sugebėjimą gauti pajamų daugiau, negu sunaudojama turto (Lehtinen, 1996); savininkų investuotų lėšų grąža, pasiekiamą veiksmingai valdant įmonę (Aincworth, Deines, Plumlee, Larson, 1997), ir kt.

Kartais vietoje pelningumo vartojama rentabilumo sąvoka (Šlekienė D., Klimavičienė I., 2000).

Anot Juozaitienės L. (2007) pelno analizė turi būti papildyta pelningumo rodiklių skaičiavimu. Todėl norint palyginti įmonių veiklos efektyvumą yra skaičiuojami įvairūs pelningumo rodikliai. Pelningumo koeficientai rodo, kaip efektyviai uždirbamas pelnas, kaip gerai įmonė daro investicinius ir finansavimo sprendimus. Įmonės veiklos pelningumo rodikliai laikomi labai svarbiais, nes būtent jie rodo, kokį pelną uždirba akcininkų investuoti pinigai. Paprastai įmonės pelningumo rodikliai lyginami su kitų ūkio sektorių, su ankstesniųjų metų rodikliais arba su pelningumu, kuris galėjo būti gautas pasirinkus alternatyvius investavimo būdus. Jie padeda investuotojams orientuotis, ar verta investuoti į tą įmonę, ar geriau pinigus padėti į banką.

Absolūtus pelno dydis ne visada atspindi įmonės veiklos efektyvumą. Norint įvertinti veiklos efektyvumą, reikia nagrinėti (Daujotaitė D., 2006):

- Pardavimų pelningumo rodiklis, arba marža. (Profit Margin- PM);
- Turto pelningumo, arba grąžos, rodiklis. (Return on Assets- ROA);
- Akcinio kapitalo (nuosavybės), arba grąžos, rodiklis. (Return on Equity- ROE).

Pelningumo rodiklių klasifikavimas į grupes padeda geriau suvokti jų apskaičiavimo metodiką, o informacijos vartotojams priimti teisingesnius sprendimus. Būtent pelningumo rodiklių skirstymas į pardavimo, turto ir kapitalo grupes yra labai svarbus informacijos vartotojams: įvairūs informacijos vartotojai priklausomai nuo poreikių ir tikslų domisi ne visais, bet tik kai kuriais pelningumo rodikliais. Manoma, kad informacijos vartotojus labiausiai domina įmonės pardavimo pelningumas. Tikslinga skaičiuoti ir vertinti šiuos pardavimo pelningumo rodiklius: bendrąjį, tipinės veiklos, finansinės ir investicinės veiklos, įprastos veiklos ir grynąjį (Mackevičius J., Molienė O., Poškaitė D., 2008).

Pelningumo rodikliai geriausiai apibendrina įmonės veiklos rezultatus. Iš jų sprendžiama, kokią realią naudą gaus akcininkai, investuodami į veiklą.

Norint nustatyti akcinės veiklos įmonių pelningumą bei atlikti lyginamąją jų analizę dažniausiai naudojami bendrojo, veiklos, turto pelningumo, antkainio nuo pardavimo savikainos ir nuo tipinės veiklos sąnaudų (Poškaitė D., Novikovas M., 2006).

Pelningumo rodikliai, formulės bei jų reikšmės pateikti 1.5 lentelėje.

Pelningumo rodikliai, formulės bei jų reikšmės

Rodiklis	Formulė	Reikšmė
Bendrasis pardavimo pelningumas	Bendrasis pelnas / pardavimo pajamos	Rodiklis atspindi ūkinės gamybinės veiklos efektyvumą. Jis rodo, kokia dalis bendrojo pelno tenka vienam pardavimo litui.
Bendrasis turto pelningumas	Grynasis pelnas / visas turtas	Rodiklis rodo turto panaudojimo įmonėje efektyvumą, t.y. kiek pelno uždirba vienas turto litas.
Veiklos pelningumas	Veiklos pelnas / pardavimų pajamos	Veiklos pelningumas rodo, kiek veiklos pelno tenka vienam pardavimų pajamų piniginiui vienetui.
Grynasis pardavimo pelningumas	Grynasis pelnas / pardavimo pajamos	Rodiklis parodo tikrąjį pardavimo pelningumą, įvertinus visas pajamas ir sąnaudas. Tiksliau, šis rodiklis rodo, kiek grynojo pelno tenka kiekvienam pardavimo litui arba kiek kiekvienam pardavimo litui pirkėjai sumoka daugiau nei parduotų prekių savikaina ir visos kitos įmonės sąnaudos.
Antkainis nuo pardavimo savikainos	Bendrasis pelnas / pardavimų savikaina	Antkainis nuo pardavimo savikainos parodo, kiek parduotos prekės ar paslaugos kaina yra didesnė už jų savikainą. šis rodiklis lengvai taikomas praktikoje.
Antkainis nuo tipinės veiklos sąnaudų	Veiklos pelnas / tipinės veiklos sąnaudos	Antkainis nuo tipinės veiklos sąnaudų parodo, kiek parduotos prekės ar paslaugos kaina yra didesnė už tipinės veiklos sąnaudas.

Šaltinis: sudaryta autorės, pagal Daujotaitę D., 2006 ir Poškaitę D., Novikovą M., 2006

Vienas iš svarbiausių yra bendrasis pardavimo pelningumo rodiklis. Nuo jo lygio ir pokyčių priklauso įmonės konkurencingumas, veiklos tęstinumas ir plėtros galimybės. Todėl reikalinga bendrojo pardavimo pelningumo kompleksinė analizė, kuri padėtų atskleisti šio rodiklio pokyčius per tam tikrą laikotarpį, juos lemiančius veiksnius ir priežastis, ryšį su grynuoju pardavimo pelningumu ir mokumo rodikliais. Atsižvelgiant į šį ryšį, reikėtų skirti pardavimo, turto ir kapitalo pelningumo rodiklių grupes (Mackevičius J., Molienė O., Poškaitė D., 2008).

Viena pagrindinių bendrojo pelningumo ypatybių ta, kad jis geriausiai parodo įmonės atliekamų prekių paskirstymo funkcijų kompleksiskumą - kuo daugiau funkcijų atliekama, kuo jos sudėtingesnės, tuo įmonės bendrasis pelningumas didesnis. Anot Mackevičiaus J. (2007), panašias funkcijas atliekančių ir panašioje rinkoje veikiančių įmonių bendrojo pelningumo rodikliai privalo būti panašūs.

Turto pelningumas vadinamas vienu iš investicijų pelningumo matavimo būdų, nes šis rodiklis parodo įmonės ūkinės - gamybinės veiklos efektyvumą neatsižvelgiant į įmonės finansavimo struktūrą. Šį rodiklį skaičiuojant, dažnai imamas pelnas iki palūkanų ir mokesčių išskaitymo siekiant, kad turto pelningumui neturėtų įtakos įmonės finansinė veikla, o vien tik ūkinė - gamybinė veikla. Kitu būdu turto pelningumas skaičiuojamas kaip grynojo pelno santykis su turto vidurkiu (Mackevičius J., Poškaitė D., 2005).

Turto pelningumo analizė atliekama pirmiausia turto pelningumo formulę išskaidant į veiksnius, įtakančius turto pelningumą. Turto pelningumo formulės skaitiklis ir vardiklis dauginami tik iš pardavimų sumos (1.1).

$$TP = (GP/T) = (GP/T) * (PP/PP) = (GP/PP) * (PP/T) = PP * TA, \quad (1.1)$$

čia:

TP - turto pelningumas;

GP - grynasis pelnas;

T - vidutinė metinė turto vertė;

PP - pardavimų pelningumas;

TA - turto apyvartumas.

Šitaip išskaidžius turto pelningumo formulę, gaunami nauji veiksniai - pardavimų pelningumas ir turto apyvartumas. Jie tiesiogiai keičia turto pelningumo rodiklį, nes didėjant pardavimų pelningumui, didėja turto pelningumas, o greitėjant turto apyvartumui, gerėja įmonės finansinė būklė ir didėja turto pelningumas.

Turto pelningumo rodiklis patikimu tampa tik tada kai įmonė turi daug turto, jis naudojamas gana intensyviai (Poškaitė D., Novikovas M., 2006).

Apskaičiuoti veiksniai gali būti išskaidyti į atskirus sudėtingesnius elementus ir pavaizduoti schema. Turto pelningumo schema pagal R. Schattke ir H.Jensen perteikta Mackevičiaus J. (2006) 1 priede.

L.Berstein turto pelningumo bendrą formulę išskaido į pardavimų pelningumo ir turto apyvartumo sandaugą (2 priedas), ją perteikė Mackevičius J., Poškaitė D. (1999). Be to, autoriai turto pelningumą išskaido į sudėtinius pelną formuojančius elementus. Tačiau turto apyvartumo veiksnius detalizuoja šiek tiek kita kryptimi negu kiti autoriai. L.Berstein schemoje išskiria apyvartinį kapitalą, kuris yra labai svarbus analitiniais tikslais.

Turto pelningumo piramidėje pagal R. Wilson ir G. McHugh 3 priede (Mackevičius J., 2006) kapitalo apyvartumu vadina kapitalą, investuotą į ilgalaikį ir trumpalaikį turtą. Jų piramidėje nauja tai, kad jie parodo veiksnius, nulemiančius pardavimų pasikeitimą, t.y. pardavimų kainų, nuolaidų asortimento įtaką.

Remiantis Mackevičiaus J. (2006), Mackevičiaus J., Poškaitės D. (1999) pateiktomis turto pelningumo piramidinės analizės turto pelningumo rodiklių schemomis, galima teigti, kad R. Schattke ir H. Jensen bei R. Wilson ir G. McHughe pasiūlytų turto pelningumo rodiklių skaičiavimo metodika (1 ir 3 priedas) yra panaši. Jose įvairiai išskaidyti veiksniai suteikia daug informacijos apie veiksnius, kurie turi daug įtakos turto pelningumui. Schemos tampa ypač informatyvi, kai ji yra papildoma kelerių metų ar sąmatiniais, planiniais ar ataskaitiniais duomenimis. Tada galima matyti, dėl kurių veiksnių įtakos padidėjo ar sumažėjo turto pelningumas. Be to, aukščiausio lygio vadovai tada gali priimti tokius valdymo sprendimus, kurie užkirstų kelią neigiamoms tendencijoms, ir numatyti turto pelningumo didinimo būdus.

Tačiau L. Berstein (Mackevičius J., Poškaitė D. (1999)) pasiūlytoje analizės schemoje (2 priedas) gaunama kitokia turto pelningumo skaičiavimo metodika. R. Schattke ir H. Jensen bei R. Wilson ir G. McHughe (Mackevičiaus J. (2006), Mackevičiaus J., Poškaitės D. (1999)) savo pateiktose turto pelningumo analizės schemose (1 ir 3 priedas) daro prielaidą, kad pardavimų pelningumas yra skaičiuojamas kaip bendrojo pelno ir pardavimų santykis. Tuo tarpu L. Berstein savo schemoje pardavimų pelningumą skaičiuoja kaip grynojo pelno ir pardavimų santykį. Visi autoriai, siūlydami turto pelningumo piramidinės analizės schemas, skaičiuojant turto pelningumo rodiklius naudoja du koeficientus - pardavimų pelningumą bei turto apyvartumą.

Išanalizavus Mackevičiaus J. (2006), Mackevičiaus J., Poškaitės D. (1999) pateiktos pardavimų pelningumo skaičiavimo metodiką, išanalizuojama ir turto pelningumo rodiklio skaičiavimo metodika. Visose užsienio autorių pateiktose turto piramidinėse analizės schemose turto pelningumo rodiklio skaičiavimo metodika yra skirtinga. R. Schattke ir H. Jensen siūlo turto apyvartumą skaičiuoti kaip pardavimų apimties ir ilgalaikio turto (ilgalaikis materialus turtas plus ilgalaikis nematerialus turtas plus trumpalaikis turtas) santykį. L. Berstein (2 priedas) siūlo skaičiuoti kaip pardavimų apimties ir turto (apyvartinis kapitalas plus ilgalaikės investicijos) santykį. R. Wilson ir G. McHughe taip pat pateikė savo metodiką (1 ir 3 priedas) - jie turto apyvartumą suvokė kaip pardavimų apimties ir investuoto kapitalo (trumpalaikis turtas + ilgalaikis materialus turtas) santykį. Skirtinga turto apyvartumo rodiklio skaičiavimo metodiką taip pat gali lemti skirtingus turto pelningumo rodiklius.

Verslininkas, kuris rizikuoja, tikėdamasis didesnio pelningumo, patiria didesnę verslo riziką. Tačiau ne visada didesnė rizika koreliuoja su turto pelningumu, apskaičiuotu remiantis finansinių ataskaitų rodikliais. Tam turi įtakos šios priežastys (Mackevičius J., Poškaitė D. (1999)) :

1) Faktinis turto pelningumas gali skirtis nuo laukiamo, nes laukiamam pelningumui nustatyti galėjo būti panaudota klaidinga informacija. Be to, galėjo pasikeisti aplinka, kurioje buvo tikimasi tam tikro pelningumo.

2) Faktiniai turto pelningumo apskaičiavimo duomenys gali būti paimti už trumpesnį laikotarpį, negu laikotarpis, per kurį buvo atliekama veikla.

3) Faktinis pelningumas nustatomas remiantis ataskaitinio laikotarpio faktiniais rezultatais, tuo tarpu kai prognozuojamas pelningumas - laukiamais duomenimis ir ateities prognozėmis.

Nepaisant šių trūkumų, rodikliai teikia naudingą informaciją apie įmonės veiklą, todėl juos būtina analizuoti. Šiems tikslams labai tinka Du Ponto piramidinės, remiantis lietuviška atskaitomybe (4 priedas) analizės metodika (Juozaitienė L., 2007). Du Ponto piramidinės analizės taikymo metu derinami tradicinės analizės taikymo būdai su logine analize. Privalumas tas, kad išskaidžius turto pelningumą į sudėtinius elementus - veiksnius, galima nustatyti net pirminio lygio veiksnius, nulėmusius pelningumo kitimą pirminėse jo formavimosi stadijose ir gautos informacijos

pagrindu daryti pagrįstus valdymo sprendimus. Pasak Mackevičius J., Poškaitė D.(1999), šios metodikos esmę sudaro tai, kad pradžioje, dauginant pelningumo formulės skaitiklį ir vardiklį iš pardavimų, apskaičiuojami nauji rodikliai - veiksniai, duodantys papildomą informaciją apie įmonės pelningumo kitimo priežastis. Vėliau piramidės formavimo metu nauji veiksniai skaidomi į apskaičiuojamuosius elementus. Tokia informacija labai vertinga įmonės veiklos prognozavimui, jos valdymo strategijai ir taktikai kurti. Autoriai šį metodą vadina - investicijų pelningumo dekompozicine analize. Jos esmė ta, kad toks formulės išskaidymas teikia informaciją apie įmonės sugebėjimą gauti pelną iš ūkinių - gamybinių operacijų esant konkrečiai apimčiai. Turto apyvartumas parodo įmonės galimybes valdyti investicijas į materialųjį turtą esant tam tikrai pardavimų apimčiai.

Pasak Mackevičiaus J. (2006) Du Ponto piramidinės analizės (4 priedas) privalumas yra, kad išskaidžius turto pelningumą į sudėtinius elementus – veiksnius, galima nustatyti veiksnius, nulėmusius pelningumo kitimą pirminėse jo formavimosi stadijose ir gautos informacijos pagrindu daryti pagrįstus valdymo sprendimus.

Taigi, naudojant turto pelningumo piramidinės analizės schemas, galima lengvai apskaičiuoti pirmos eilės veiksnių (pardavimų pelningumo ir turto apyvartumo) įtaką turto pelningumo rodikliui. Ypač svarbu nustatyti kiekvieno veiksnio įtaką per ilgesnį laikotarpį. Ši analizė parodo ne tik tam tikrus dėsningumus, bet padeda priimti ir efektyvius sprendimus.

Kitas, dažniausiai analizuojamas - veiklos pelningumo rodiklis - rodo įmonės vadovų gebėjimą įvertinti ir kontroliuoti veiklos sąnaudų formavimąsi ir veiklos pelningumą. Pasak Petkuvienės J. (2005), rodiklis parodo kiek veiklos pelno tenka vienam pardavimų pajamų piniginiam vienetui, o Juozaitienės L. (2008) nuomone, rodo įmonės vadovų gebėjimą kontroliuoti veiklos sąnaudų formavimąsi. Skaičiuojant veiklos pelningumo rodiklį, galima apskaičiuoti ir finansinės, investicinės, įprastinės veiklos pelningumo rodiklius. Vienas iš pagrindinių veiklos pelningumo rodiklio pranašumų, pasak Poškaitės D. ir Noviko M. (2006), yra tas, kad veiklos pelningumo rodikliui beveik neturi įtakos skirtingi apskaitos principai.

1.4. Pelno didinimo konceptas

Klasikinėje mikroekonomikos teorijoje įmonės tikslas - tai ekonominio pelno didinimas. Teigiama, kad įmonės savininkas gamins prekes tik tada, kai jis tiki, kad už visą savo produkciją gaus kainą, galėsiančią kompensuoti tos prekės gamybos kaštus. Siekiant pelno didinimo, svarbu atrasti efektyviausią būdą, iš savo gamybos modelio proceso, didžiausiai grąžai gauti. Svarbu pažymėti, kad pelno didinimo procesas yra ne tik pakeitimas esamos sistemos, šių pastangų tikslas yra ne siekiama įgyvendinti tam tikrą pelno tipą, o pasiekti didžiausią pelno maržą, kuri yra

įmanoma tik atsižvelgiant į esamas aplinkybes. Dėl šios priežasties, procesas dažnai apima išsamų tyrimą visais įmonės veiklos aspektais, dabartinę padėtį rinkoje ir tikslinius vartotojų norus.

Pelno didinimą Bichop M. (2004) vadina vieną pagrindinių įmonės tikslų. Autoriaus teigimu, įmonės savo praktikoje paprastai siekia didinti savo pelną, išskeldamos aukščiau visų savo įmonės tikslų, kaip pavyzdžiui, kurti verslo imperijas, tobulinti personalo vadybą ir mėgautis verslininkyste.

Dutta P. K. ir Radner R. (1999) analizuodami pelno didinimo reikšmę įmonėms, teigia, kad dominuojanti hipotezė ekonomikoje apie firmų elgesį ir pelno didinimą nurodo, jog įmonių vadybininkai renkasi sprendimus, kurie didina esamą ir būsimą pelną. Pagrindinis šios elgesio prielaidos privalumas yra rinkos pasirinkimo faktas ir "konkurencinga aplinka". Įmonė, kurios vadybininkai nesiekia didinti pelno galų gale bus išstumta iš rinkos. Tokį požiūrį išdėstė ir Friedman M. (1953), o vėliau jo mintį pratęsė Alchian A. (1950).

Dutta P. K. ir Radner R. (1999) tyrė rinkos pasirinkimo įtaką pelno didinimo galimybėms. Rinkos pasirinkimo prielaida, anot autorių, yra paprasta - pelninga rinka pritraukia investicinius fondus ir sukuria teigiamą naudą. Žymus ekonomistas Alchian A. (1972) teigia, kad tai yra kriterijus, kurio pagrindu ekonominė sistema renka išlikusiuosius: tie, kas realizuoja teigiamus pelnus yra išlikusieji; tie, kas patiria nuostolių - dingsta.

Pelno didinimas yra labiau „išlikusiųjų rinkoje“ elgesio bruožas, nes jie yra pajėgūs pritraukti finansavimą ir apsisaugoti nuo nesėkmės (Dutta P. K. ir Radner R., 1999).

Pelno didinimas yra apibrėžiamas kaip sąlyga, kai ribinės įmonės pajamos yra lygios jos ribinių sąnaudų sumai ($MR = MC$ arba $RP = RS$) (Primeaux, 1994; Jakutis ir kt., 2007; Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I., 1998).

M. Friedman (1970) teigė, jog vienintelė verslo socialinė atsakomybė – pelno didinimas. Kiekvienas žmogus, nepriklausomai nuo to ar jis įmonės savininkas ar samdomas vadovas, siekia didinti savo naudą (Davis, Schoorman, Donaldson, 1997). Rinkdamasis tarp dviejų alternatyvų, vadovas pasirinks tą, kuri didina savininko, o kartu ir jo paties naudą, nes žmonės, atsakingi už veiksmus ir sprendimus, negali vykdyti socialinės atsakomybės. Vietoje to jie turi dėti visas pastangas pelno didinimui (Fiedman M., 1970).

M. Bichop (2004) teigimu, pastaraisiais metais augantis populiarumas su organizacijų vadovybe atsiskaityti įmonės akcijomis, formuoja nuomonę, jog tokiu būdu atsiranda galimybė sumažinti valdymo kainą, o svarbiausia didinti vadovybės suinteresuotumą siekiant didesnio pelno.

Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I. (1998) išskiria kelis pelno didinimo atvejus:

1. Ribinės sąnaudos yra mažesnės už ribines pajamas, yra gaunamas maksimalus ekonominis pelnas.

2. Vidutinės bendros sąnaudos yra lygios ribinėms pajamoms, tokiu atveju įmonė negauna ekonominio pelno, jis lygus nuliui.

3. Ribinės pajamos yra didesnės už vidutinių kintamų sąnaudų minimumą, tačiau nebeapdengia vidutinių bendrų sąnaudų, kaina minimali ir įmonė gali padengti tik dalį pastovių sąnaudų. Ji patiria nuostolius ir jei įmonės vadovas priims sprendimą dar didinti gamybą stengdamasis kompensuoti patiriamus nuostolius, tai bus ekonomiškai nepagrįstas sprendimas, nes tokie gamybos didinimo atvejai atneša dar didesnius nuostolius.

4. Rinkos kaina yra lygi vidutinių kintamų sąnaudų minimumui arba žemiau už jį. Tokiu atveju įmonė turi nutraukti savo veiklą.

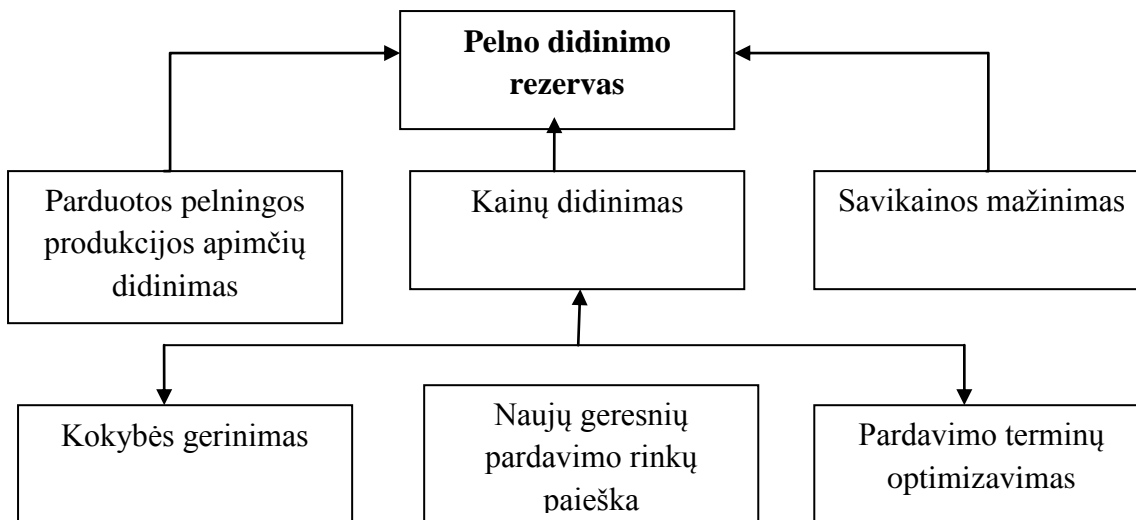
Dirbti pelningai reiškia ne tik konkuruoti dėl didesnės rinkos, verslo įmonės taip pat turi konkuruoti dėl finansinių resursų. Dirbant pelningai, įgyjama finansinių resursų verslo plėtimui ateityje arba naujovių diegimui įmonėje dabartyje (Bagdzevičiūtė A., 2005). Vis dėlto siekdamas didesnio pelningumo, įmonės privalo nuolatos ieškoti rezervų veiklai gerinti, kurti naujus produktus ir paslaugas, diegti inovacijas ir žinoma, tobulinti valdymo metodiką. Sprendžiant šiuos uždavinius, svarbu objektyviai įvertinti rinkos ekonominę situaciją, įmonės veiklos sąlygas ir galimybes. Šiuolaikinio verslo sėkmę didžiaja dalimi lemia tai, kaip savininkai ir vadovai sugeba identifikuoti savo verslo galimybes, kaip greitai jie prisitaiko prie besikeičiančių sąlygų.

Pelno didinimo principas verslo įmonėje pasižymi didesnio pelno siekimu turimomis sąnaudomis. Mackevičius J. (2005) teigia, kad vienas iš svarbiausių pelno didinimo šaltinių yra sąnaudų mažinimas. Tačiau autoriaus manymu, tokiu atveju dažniausiai organizacijoms kylantys klausimai siejasi su sąnaudų mažinimo šaltiniais ir būdais.

P. Jannott nuomone (Mackevičius J., 2005), pirmiausiai reikia mažinti darbuotojo darbo užmokesčio sąnaudas. Geriausias būdas tai padaryti – sumažinti darbuotojų skaičių. Geriausias būdas darbuotojų skaičiui mažinti – iširti jų atliekamas funkcijas. Tuo tarpu Jagminas V. (2005) teigia, kad labai dažnai dalis įmonės produktų yra pelningi, o kai kurie - nuostolingi. Jis teigia, kad kiekvienoje įmonėje yra pakankamai galimybių sumažinti kaštus, tačiau jos ne visada pastebimos plika akimi.

Bagdžiūnienė V. (2005) nurodo, jog efektyviausiai pelną didinti yra apskaičiavus visų pelno sudedamųjų dalių absoliučius pokyčius. Po to horizontaliosios analizės metu lyginti įvairių pelno sudedamųjų dalių dinamiką tiek vertine reikšme, tiek jų lyginamaisiais svoriais. Ir tik apskaičiavus pelną lemiančius veiksnius, išsiaiškinus neigiamą poveikį turėjusius veiksnius bei priežastis, pateikti pasiūlymus kaip juos pašalinti (1.3 paveikslas).

Autorės (Bagdžiūnienė V., 2005) teigimu pelno didinimas siejamas ne tik su parduotos pelningos produkcijos apimčių didinimu, bet ir kainų didinimu, gerinant kokybę, optimizuojant pardavimų terminus, ieškant naujų geresnių pardavimo rinkų, savikainos mažinimu.



1.3 pav. Pelno didinimo rezervo nustatymas

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Bagdžiūniene V. Įmonių veiklos planavimas ir analizė. (2005)

Pelno didinimas yra paprastai trumpalaikė koncepcija. Atsižvelgiant į tam tikras prielaidas padedančias nagrinėti įmonės elgseną iš pelno didinimo pozicijų, atskleidžiama, kad tinkamiausia informacija kaip suformuoti ir netgi būdai kaip siekti tų tikslų yra finansinė informacija. Dėl gausių diskusijų apie įmonės strategijas ir verslo plėtros tikslus siekiant didesnio pelno, manoma, jog pelno didinimas – tai tas verslo plėtros kriterijus, kuris ne tik aktyviausiai mobilizuoja galimus plėtros išteklius ir koncentruoja motyvus, bet ir pagrindinis, finansine informacija aprašomas ir finansinėmis priemonėmis įgyvendinamas kriterijus.

Anot Friedman M. (1970) pelnas yra būtinas verslo išlikimui: pelnas yra didžiausia paskata dirbti. Tai varomoji jėga verslo įmonei. Jis skatina žmogų dirbti didžiausiu pajėgumu. Nors daugelis įmonių renkasi kitus tikslus versle, tačiau tokių alternatyvių pasirinkimo tikslas priklauso visiškai arba iš dalies vis tiek nuo pagrindinio tikslo - pasipelnyti. Pelno didinimas yra laikomas geru, tik jeigu jis teisingai prognozuoja įmonių elgseną ir verslo tendencijos. Pelnas patikima priemonė verslo efektyvumui nustatyti, tačiau svarbu tiksliai prognozuoti tam tikrus aspektus, susijusius su verslu.

Taip pat įmonės vadovams nereiktų pamiršti, kad didinant pelną būtina atsižvelgti į tai, kad didesnio pelno siekimas gali nuvesti į nepagrįstai rizikingus valdymo sprendimus, sprendimų pasirinkimas tik pagal būsimą finansinę naudą dažnai nesuderinamas su kvalifikuotų darbuotojų praradimu, vienadieniu taupymu ateities sąskaita (pažangių, bet brangių technologijų taikymo delsimu ir pan.) bei sprendžiant pelno didinimo galimybes yra analizuojami absoliutiniai ir santykiniai pelningumo rodikliai, remiantis paprastu principu: kuo pelningumo rodiklis didesnis, tuo geriau.

Siekiant didesnio pelningumo, siūloma įvertinti produkto kainos ir kintamų sąnaudų įtaką pelningumui. Autoriai (V.Gronskas (2006), A. Jakutis (2007)) nurodo, jog tinkamiausias būdas šiam procesui yra nustatyti produkto kainos (1.2) bei kintamų sąnaudų (1.3) saugumo ribas.

$$\frac{\text{Produkto rinkos kaina} - \text{Produkto ribinė kaina}}{\text{Produkto rinkos kaina}} \quad (1.2)$$

$$\frac{\text{Ribinis produkto kintamų sąnaudų lygis} - \text{Produkto kintamos sąnaudos}}{\text{Ribinis produkto kintamų sąnaudų lygis}} \quad (1.3)$$

Produkto kainos saugumo riba parodo, kiek rinkos kainai nukritus įmonė dar gautų nulinį pelną, o produkto kintamų sąnaudų saugumo riba – kiek kintamų sąnaudų padidėjimas įtakotų įmonės pelningumą (V.Gronskas (2006), A. Jakutis (2007)).

Snieska V. ir kt. (2002) didesnio pelno siekimui, siūlo atlikti ribinę analizę. Ribinė analizė yra reikalinga rengiant rinkos tyrimų bei įmonės strateginio valdymo sprendimus. Ši analizė leidžia nustatyti kaip pasiekti konkretaus produkto maksimalų pelną bei racionalią gamybos apimtį, nes kiekvienos konkurencingos ir pelningai dirbančios įmonės tikslas yra gauti kuo didesnę pelną. Todėl, atsižvelgdama į gamybos kaštus ir rinkos diktuojamas kainas, ji turi pasirinkti tokią gamybos apimtį, kuri duotų didžiausią pelną arba bent jau minimalius nuostolius, jei veikla yra nuostolinga.

Šlekienė D., Klimavičienė I. (2000) pateikia pelno didinimui finansinio vertinimo metodą. Norint didinti įmonės pelną, būtina pasiekti ribinių pajamų ir ribinių sąnaudų lygybę (tai jau buvo minėta anksčiau). Tačiau svarbu būtų paminėti, jog autorių teigimu, apskaičiuoti optimalią pardavimų apimtį nepakanka, nes paprastai ji priklauso ne tik nuo gamybos sąnaudų, bet ir nuo paklausos rinkoje. Jeigu produkcijos paklausa yra elastinga, tai gamybos apimtį išsivystymas ir kainų mažinimas sudarys galimybę ženkliai padidinti pardavimų apimtį, tačiau jei paklausa neelastinga, t.y. prekės kainos sumažinimas nestimuliuos didesnių pardavimų, tai pardavimų apimtį padidinti reikės patirti didesnes netiesiogines veiklos sąnaudas.

Norint įvertinti pelno didinimo efektyvumą, Šlekienė D., Klimavičienė I. (2000) siūlo ištirti produkcijos kainos ir kiekio (1.4) bei gamybos sąnaudų ir apimtį (1.5) dinamiką.

$$P = a_0 + a_1Q \quad (1.4)$$

$$S = b_0 + b_1Q \quad (1.5)$$

čia:

P – pardavimų pelnas;

S – gamybos sąnaudos;

a_0 , a_1 , b_0 ir b_1 parametru reikšmes siūloma apskaičiuoti mažųjų kvadratų metodu.

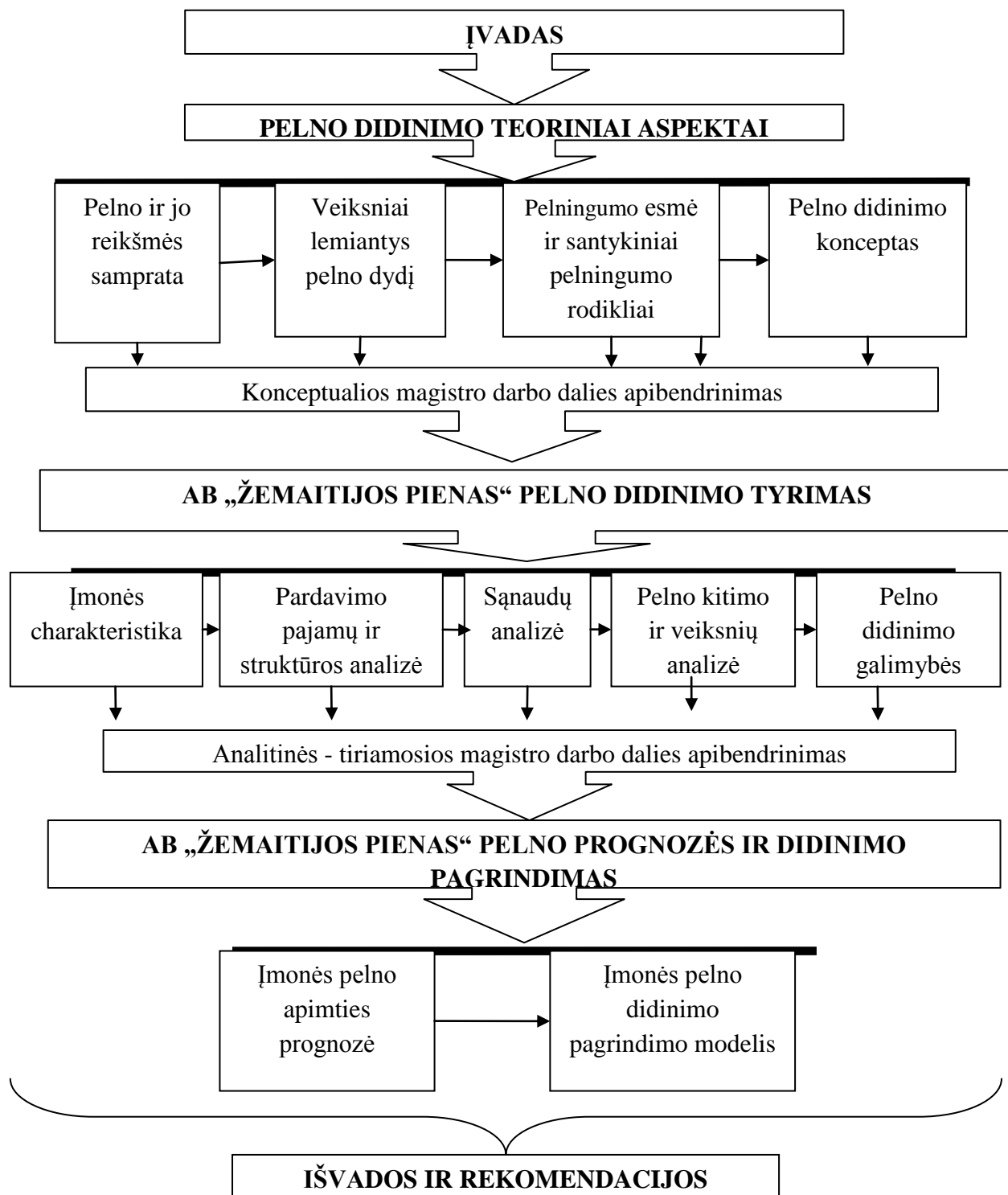
Apibendrinus įvairių autorių pelno sąvokos apibrėžimus, galima teigti, kad bendriausia prasme pelnas yra bendrųjų pajamų ir bendrųjų kaštų skirtumas. Skirtingi pelno sąvokos apibrėžimai rodo, kad pelno rodiklis pasižymi jį įtakojančių veiksnių gausa, išraiškos sudėtingumu bei atskirų elementų sudėtingais tarpusavio ryšiais. Pelningumą teisingiausia apibūdinti kaip pelno (grynojo, bendrojo) ir tam tikro įmonės veiklos rodiklio santykį (pardavimo pajamų, turto, kapitalo). Pelningumo rodiklių klasifikavimas į grupes (pardavimo, turto, kapitalo pelningumo) padeda geriau suprasti jų apskaičiavimo metodiką, priimti teisingus sprendimus įmonės veiklos klausimais.

Tenka pripažinti, kad didžiausia įmonės siekiamybė yra pelno didinimas. Pelno didinimo teorijos prielaidos padeda prognozuoti verslo įmonių skirtingomis rinkos sąlygomis elgesį siekiant didesnio pelno. Atlikus įmonės veiklos išsamią rodiklių analizę, atsižvelgiant į kokioje rinkoje pelną siekiama didinti, galima nustatyti pagrindines pardavimo pajamų bei sąnaudų kitimo priežastis, atskleisti pelno dydį formuojančius veiksnius, įvertinti jų ryšį. Iš gautų rezultatų galima formuoti įmonės galimas veiklos kryptis bei nustatyti veiklos pelno didinimo galimybes.

2. AB „Žemaitijos pienas“ pelno didinimo tyrimas

2.1. Tyrimo metodika

AB „Žemaitijos pienas“ pelno didinimo tyrimas atliktas laikantis 2.1 paveiksle pateikto metodinio nuoseklumo.



2.1 pav. Tyrimo metodika

Šaltinis: sudaryta autorės

Darbą sudaro trys dalys: konceptualioji (teorinė), analitinė-tiriamoji bei konstruktyvioji.

Siekiant išsiaiškinti pelno sampratą, konceptualioje magistro darbo dalyje analizuojami teoriniai aspektai, pasitelkiant statistinės – aprašomosios analizės, dokumentų, teisės norminių aktų analizės metodais. Įvairių šalies ir užsienio autorių požiūris į pelną ir pelno didinimo galimybes, susisteminiui naudotasi dedukcijos, indukcijos, sintezės ir logikos metodais. Naudojama tik su pasirinkta tema susijusi pirminė medžiaga: su pelno analize susijusi mokslinė ir kita literatūra.

Baigiamojo magistro darbo empiriniam tyrimui atlikti naudotasi analizuojamos įmonės finansinės ataskaitos duomenimis, taikant vidinių dokumentų analizės metodus.

Nagrinėjant įmonės finansines ataskaitas taikomas duomenų palyginimas, kurio metu rodikliai lyginami su rodiklių normomis. Atliekamas pokyčių skaičiavimas – rodiklio, grandininis veiksnio pasikeitimas per analizuojamą laikotarpį. Atskleidžiant priežastinius rodiklių pokyčius įtakančių veiksnių įtaką grandininių pakeitimų metodas, kurio esmė yra kad kiekvienas bazinis (planinis) rodiklis iš esmės keičiamas faktišku, kitus rodiklius paliekant nepakeistus. Rezultatas gautas po kiekvieno pakeitimo, lyginamas su rezultatu, gautu iki to rodiklio pakeitimo. Apskaičiuotas nukrypimas parodo atitinkamo veiksnio kiekybinę įtaką rodiklio pasikeitimui. Atskleidžiant priežastinius rodiklių pokyčius įtakančių veiksnių įtaką grandininių pakeitimų metodas, kurio esmė yra kad kiekvienas bazinis (planinis) rodiklis iš esmės keičiamas faktišku, kitus rodiklius paliekant nepakeistus. Rezultatas gautas po kiekvieno pakeitimo, lyginamas su rezultatu, gautu iki to rodiklio pakeitimo. Apskaičiuotas nukrypimas parodo atitinkamo veiksnio kiekybinę įtaką rodiklio pasikeitimui. Įmonės analizės ir rezultatų pateikimui taikomi duomenų grupavimo, detalizavimo, grafiniai ir apibendrinimo metodai. Be to atlikta vertikalioji bei horizontalioji analizė, pelningumo rodiklių, koreliacinė regresinė analizė.

Trečioje dalyje daromos prognozės ir modelis pasitelkiant ekstrapoliacijos metodą.

Baigiamajame magistro darbe finansinė analizė atliekama remiantis įmonės 2008-2013 metų pelno (nuostolio) ataskaitų, balanso, audito ataskaitų bei kitais vidiniais įmonės dokumentais. Statistinių duomenų apdorojimui, analizei, prognozavimui bei pagrindimui naudotasi MS Excel programiniu paketu.

2.2. AB „Žemaitijos pienas“ charakteristika

Vienos didžiausių ir moderniausių pieno perdirbimo įmonių Lietuvoje – ŽEMAITIJOS PIENO bendrovės – ištakos prasideda 1924 metais.

AB „Žemaitijos pienas“ yra Lietuvos Respublikoje registruota akcinė bendrovė. Jos buveinės adresas yra Sedos g. 35, Telšiai, Lietuva.

Žemaitijos sostinėje pradėjusi veikti Telšių pieninė tuomet – beveik prieš šimtmetį – atrodė gana didelio pajėgumo: čia gamino sviestą, varškę, grietinėlę bei kitus pieno produktus. Bėgant

metams ir konsultuojantis su geriausiomis Europos ir JAV firmomis, didžiausią dėmesį skiriant naujoms technologijoms diegti, naudojant pažangiausią pasaulyje membraninę pieno valymo technologiją „Bactocath“, išsiplėtė gaminamų produktų įvairovė, pagerėjo jų kokybė.

1995 metais Lietuvos Respublikos Valstybinė veterinarijos tarnyba, patikrinusi AB „Žemaitijos pienas“, nustatė, kad įmonė atitinka veterinarijos reikalavimus ir 1995 07 20 įsakymu Nr.4-104 „Dėl veterinarinės priežiūros numerių suteikimo“ suteikė valstybinės veterinarijos priežiūros numerį LT 78-01 P. 2009 metų viduryje bendrovei buvo suteikti ISO 9001 kokybės vadybos ir ISO 22000 maisto saugos sistemų sertifikatai. Juos gavo ir įmonių grupei priklausančios bendrovės „Klaipėdos pienas“ ir „Šilutės Rambynas“. Įmonė pagal įdiegtą savikontrolės sistemą griežtai kontroliuoja žaliavą, gamybos procesus ir atlieka galutinio produkto laboratorinius tyrimus. Kasdieniai tyrimai atliekami Nepriklausomų tyrimų laboratorijoje, kuri 2006 metais pirmoji maisto pramonės laboratorija Lietuvoje akredituota Vokietijos akreditavimo biuro DAkkS pagal tarptautinius standartus LST ISO/IEC 17025. 2011-aisiais laboratorija sėkmingai perakredituota.

Per daugelį metų sukaupta darbo patirtis ir unikalios receptūros šiandien leidžia vartotojams pateikti platų produktų, pasižyminčių puikiu skoniu ir aukšta kokybe, asortimentą. Šiandien įmonė gamina per 200 pavadinimų naujų ir jau vartotojų pamėgtų pieno gaminių – naują ekologiškų pieno produktų grupę DOBILAS. Prekės ženklo „Magija“ produktai nuo pat savo atsiradimo pelnė vartotojų pasitikėjimą ir įgijo stulbinantį populiarumą. „Magija“ produktų grupę sudaro prekių ženklai „Magija“ ir „Magija“ PREMIUM. Pirkėjai pamėgo fermentinius bei lydytus sūrius, vienintele Lietuvoje nebrandinto sūrio plėšomas dešreles „Pik-Nik“. 2012 metais kovo 8-ąją surengtas nuotaikingas šio išskirtinio produkto gamybos 10-metis, kuriame prisiminta, jog beveik kasmet „Pik-Nik“ įvairiausiose tarptautinėse ir mūsų šalies parodose pelnė apdovanojimų, o 2011 metais pirmą kartą surengtas Baltijos šalių čempionatas „Pasiplėšom 2011“, kur buvo rungamasi, kas greičiausiai ir į daugiausiai dalių suplėšys sūrio dešrelę. Čempionate pasiektas Lietuvos rekordas: pagaminta ilgiausia – 384,92 metrų – „Pik-Nik“ sūrio dešrelė.

Įmonės tituluočiausias gaminys – kietasis sūris DŽIUGAS – daugelyje šalies ir tarptautinių parodų pelnė aukščiausius laimėjimus. Du kartus Briuselyje – 2011-aisiais ir 2013-aisiais – konkurse „Superior taste AWARD“ šis sūris už pirmą įspūdį, skonį, kvapą, tekstūrą, išvaizdą gavo dviejų aukso žvaigždučių įvertinimą iš 3 galimų.

Vartotojų mėgstami prekės ženklo „Žemaitijos senos tradicijos“ pienas, kefyras, jogurtas, grietinė, grietinė, varškė, varškės sūris, sviestas, taip pat daugelis kitų produktų.

Puoselėjamas ir mūsų šalies kulinarinis paveldas. AB „Žemaitijos pienas“ naminis varškės sūris ir „Žemaitiškas kastingys“ gaminami tik iš tradicinių žaliavų ir priedų pagal tradicines technologijas, todėl šie išskirtinio skonio produktai pelnė Lietuvos kulinarijos paveldo fondo sertifikatus ir žymimi specialiu Fondo ženklu.

AB „Žemaitijos pienas“ savo gaminamais gardžiais produktais jau daugiau kaip 20 metų remia Kaltinėnų senelių globos ir slaugos namus, yra daugelio socialinių akcijų iniciatorius. Ketvirtus mokslo metus mažieji antrokėliai noriai dalyvauja akcijoje „Telšiuose antrą klasę baigi – plaukti moki“, kurios sumanytoja ir dosniausia rėmėja – AB „Žemaitijos pienas“ bendrovė. Daugelį metų AB „Žemaitijos pienas“ yra Žemaitės dramos teatro generalinis rėmėjas. Bendrovės vardas, jai atsidėkojant už paramą, tariamas daugelyje rajono ir šalies renginių.

Šiuo metu bendrovėje dirba daugiau kaip 1200 profesionalių ir kūrybingų darbuotojų, kurių svarus indėlis, optimizmas ir išmintis leidžia įmonei siekti ambicingų tikslų. Nepriekaištingas darbas yra ta bendrovės vizitinė kortelė, kuri neginčijamai liudija apie AB „Žemaitijos pienas“ patikimumą ir solidumą, įsitvirtinant su savo gaminiais šalies rinkoje, taip pat garsinant Žemaitijos kraštą ir Lietuvą visame pasaulyje.

2.1 lentelė

AB „Žemaitijos pienas“ vidutinis darbuotojų skaičius

	2008 m.	2009 m.	2010 m.	2011 m.	2012 m.	2013 m.
Vidutinis darbuotojų skaičius	1839	1528	1550	1491	1231	1205

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis AB „Žemaitijos piens“ 2014-12-31 ataskaitos duomenimis

Bendrovė per metus vidutiniškai perdirba 210 tūkst. t natūralaus pieno, 1937 t ekologiško pieno, pagamina 9825 t fermentuotų sūrių, 5351 t sviesto, 146 t lieso pieno miltelių, 8374 t rauginto pieno miltelių, 1057 t ekologiško pieno, 474 t ekologiško jogurto (natūralaus ir su priedais) ir kt.

AB "Žemaitijos pienas" - listinguojama Lietuvos įmonė, kurios akcijomis prekiaujama Vilniaus vertybinių popierių biržos Baltijos papildomajame sąraše (AB "NASDAQ OMX Vilnius). AB "Žemaitijos pienas" paprastosios vardinės akcijos yra įtrauktos į NASDAQ OMX 1997 m. spalio 17 d. Šiuo metu 48375000 paprastųjų vardinių akcijų vienetų. Vienos akcijos nominali vertė 1 Lt.

2.2 lentelė

AB „Žemaitijos pienas“ apyvarta, tūkst. Lt

	2008 m.	2009 m.	2010 m.	2011 m.	2012 m.	2013 m.
Apyvarta, tūkst. Lt	471511	371190	427735	487218	489659	522783

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis AB „Žemaitijos piens“ 2014-12-31 ataskaitos duomenimis

Aukščiausias bendrovės valdymo organas yra visuotinis akcininkų susirinkimas, kuriame su sprendžiamojo balso teise gali dalyvauti visi akcininkai. Visuotinis akcininkų susirinkimas turi teisę: keisti ir papildyti bendrovės įstatus; rinkti ir atšaukti audito įmonę, stebėtojų tarybos narius; tvirtinti metinę finansinę atskaitomybę, valdybos pateiktą bendrovės veiklos ataskaitą; priimti sprendimą padidinti įstatinį kapitalą; nustatyti bendrovės išleidžiamų akcijų rūšį, klasę ir minimalią

emisijos kainą; priimti sprendimą sumažinti įstatinį kapitalą; priimti sprendimą išleisti konvertuojamąsias obligacijas; priimti sprendimą keisti vienos rūšies ar klasės bendrovės akcijas į kitas, tvirtinti akcijų keitimo tvarką; priimti sprendimą Bendrovei įsigyti savų akcijų; priimti sprendimą pertvarkyti bendrovę ir tvirtinti reorganizavimo projektą. Įstatymų numatytais atvejais sprendimą dėl bendrovės reorganizavimo prijungimo būdu gali priimti bendrovės valdyba; ji gali priimti sprendimą dėl pelno paskirstymo; taip pat priimti sprendimą sudaryti rezervus, išskyrus perkainojimo rezervą.

2.3 lentelė

AB „Žemaitijos pienas“ Bendrovės akcininkai

Akcininkai	Akcininkų nuosavybės dalis, procentais
Algirdas Pažemeckas	44,63
Skandinaviska Enskilda Banken Clients (Sweden)	7,06
AB „Klaipėdos pienas“	6,00
Danutė Pažemeckienė	6,25
AB "Žemaitijos pienas"	4,28
Kiti smulkieji akcininkai	31,78

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis AB „Žemaitijos piens“ 2014-12-31 ataskaitos duomenimis

2014 m. gruodžio 31 d. konsoliduota AB „Žemaitijos pienas“ Grupę sudaro pagrindinė įmonė ir jos dukterinės įmonės: ABF „Šilutės Rambynas“, ŽŪK „Tarpučių pienas“ ir SIA "Muižas piens". AB „Žemaitijos pienas“ turi 7 didmeninės prekybos padalinius su sandėliais ir transportavimo priemonėmis didžiuosiuose Lietuvos miestuose: Vilniaus, Kauno, Anykščių, Alytaus, Klaipėdos, Panevėžio, Telšių filialai.

2. 3. AB „Žemaitijos pienas“ pardavimo pajamų ir struktūros analizė

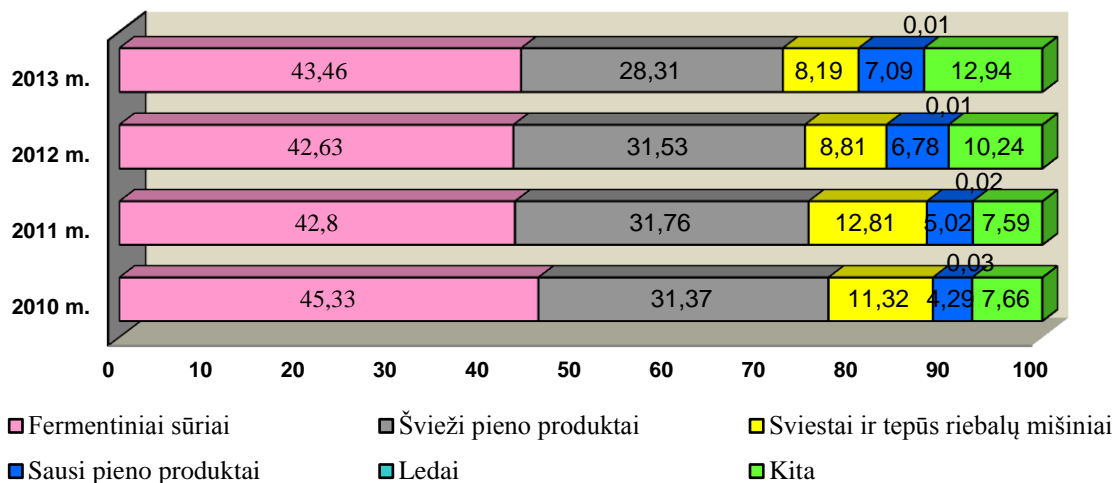
Viena svarbiausių įmonės veiklos analizės etapų yra pardavimo pajamų analizė. Tai informacijos šaltinis suteikiantis išsamią informaciją apie realią situaciją įmonėje. Išsami pardavimo pajamų analizė padeda įvertinti pajamų struktūrą, dinamiką, kitimo tempus, tuo sutekdama galimybę išskirti daugiausia pajamų uždirbančias sritis, svarbias tolesnėms pelno didinimo galimybėms įvertinti.

Išanalizavus AB „Žemaitijos pienas“ pardavimo pajamų dinamiką 2008 - 2013 m. (9 priedas) matome, kad per šį laikotarpį pajamos padidėjo 51272 tūks. Lt arba 10,87 proc. Didžiausias pajamų pokytis, t.y. didžiausias pajamų sumažėjimas buvo 2008 - 2009 m. -100321 tūkst. Lt arba -78,72 proc., tai įtakėjo Lietuvos ekonominė krizė. Labiausiai pajamos pakilo 2010 - 2011 m. 13,91 proc. arba vertine išraiška 59483 tūkst. Lt, tikėtina, kad atsigaunat ekonomikai, įmonė plėtė prekių asortimento grupes, todėl įmonės pardavimai išaugo.

Įmonės pardavimo pajamos priklauso ir nuo jos parduodamų prekių asortimento bei prekių pardavimų įvairių šalių rinkose, pokyčių. Iš bendrovės ataskaitose pateiktų pirminių – pieno

produktų gamybos ir pardavimo, segmentų bei antrinių, pardavimo pagal geografinius sergentų atlikta AB „Žemaitijos pienas“ vertikali vertikali pardavimų pagal pardavimų (pirminių) segmentus 2008 - 2013 m. analizė bei pateikta 12 priede.

AB „Žemaitijos pienas“ pardavimų pagal pieno produktų gamybos ir pardavimų (pirminių) segmentų struktūra pateikta 2.2 paveiksle (2008 - 2009 m. bendrovės ataskaitose apie pirminių segmentus duomenis nepateikta).

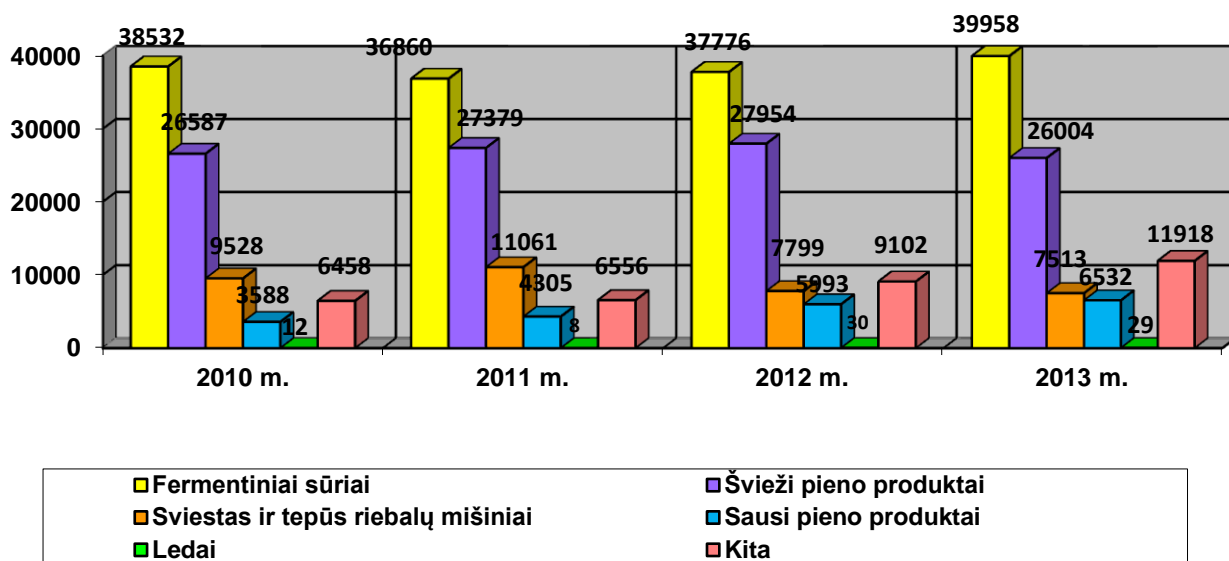


2.2 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2010 - 2013 m. pardavimų pagal pieno produktų gamybos ir pardavimų (pirminių) segmentų struktūra, proc.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ vertikalią pardavimų pagal pardavimų (pirminių) segmentus 2008 - 2013 m. analizę.

Kaip matyti 2.2 paveiksle, vieną iš didžiausių pardavimų dalį sudaro fermentinio sūrio pardavimai, tai lemia didžiulė sūrių paklausa. Jie siekia 42,80 - 45,33 proc. visų pardavimų sumos. Kitą didelę pardavimų dalį užima švieži pieno produktai. Daugiausia bendrovė jų pardavė 2011 m. (31,76 proc. visų pardavimų dalies), mažiausiai – 2013 m. (28,31 proc. visų pardavimų dalies). Gana panašias pozicijas apima sviestas, tepūs riebalų mišiniai ir kita produkcija. Šie segmentai visų pardavimų sudaro 7,09 - 12,94 proc., atitinkamai metais vienas segmento pardavimų dalis sumažėja, kito išauga. Tarkime, 2010 m., 2011 m. sviestas ir tepūs riebalų mišiniai sudarė 11,32 proc., 12,81 proc., o kitos produkcijos pardavimų dalis buvo 7,66 proc. (2010 m.), 7,56 proc. (2011 m.). Tuo tarpu 2012 m., 2013 m. parduota buvo atvirkščiai, sviestas ir tepūs riebalų mišiniai sudarė 8,81 proc., 8,19 proc. visų pardavimų, o kitos produkcijos pardavimai padidėjo 10,24 proc. (2012 m.), 12,94 proc. (2013 m.). Bendrovės parduodami sausi pieno produktai apima nedidelę pardavimų dalį, 2010 m. siekė 4,29 proc. visų pardavimų dalį, tačiau kasmet ji didėja. Lyginant 2010 – 2013 m., ji išaugo iki 7,09 proc. visų pardavimų. Visai nežymi parduodamos produkcijos dalis tenka ledams, ji siekia tik 0,03 proc. (2010 m.), 0,02 proc. (2011 m.) visų pardavimų, 2012 m. ir 2013 m. pardavimai dar sumažėjo iki 0,01 proc.

AB „Žemaitijos pienas“ 2010 - 2013 m. segmentinės pelno analizės dinamika pateikta 2.3 paveiksle (2008 - 2009 m. bendrovės ataskaitose apie pirminius segmentus duomenis nepateikta).

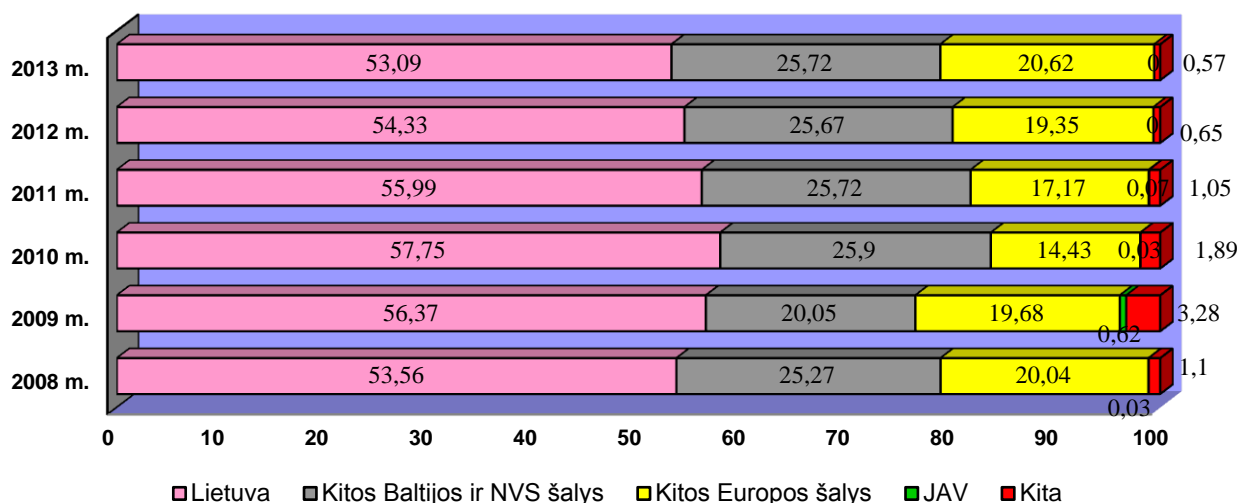


2.3 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2010 - 2013 m. segmentinės pelno analizės dinamika, tūkst. Lt
Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. ataskaitos duomenis.

Iš 2.3 paveikslo duomenų matome, kad įmonė, per analizuojamą 2010 m. - 2013 m. laikotarpį, didžiausią pelną gauna iš fermentinių sūrių. 2013 m. pelnas iš fermentinių sūrių yra pats didžiausias (39958 tūkst. Lt). Įmonė atsižvelgdama į vis augančią sūrio paklausą, kasmet plečia gaminamų sūrių asortimentą ir kaip matyti, tai ne tik, kad atsiperka, bet ir atneša didžiulį pelną. Kiek mažesnis pelnas gaunamas iš šviežių pieno produktų. Pelnas 2010 - 2013 m. iš šio segmento mažai kito (26004 - 27954 tūkst. Lt), nes ši prekių kategorija yra gana stabili paklausos atžvilgiu. Sviestas ir tepūs riebalų mišiniai per lyginamąjį laikotarpį pareikalavo daug sąnaudų, todėl pelnas iš šios produkcijos nuo 2011 m. iki 2013 m. sumažėjo daugiau nei 30 proc. Tuo tarpu sausų pieno produktų sąnaudos kasmet didėjo, tačiau pardavimai visgi augo. Tokia pati situacija ir su kita produkcija. Taigi, gaunamas pelnas iš sausų pieno produktų siekė 2010 m. 3588 tūkst. Lt., o jau 2013 m. net 6532 tūkst. Lt. (išaugo 82,05 proc.), o iš kitos produkcijos, lyginant 2010 - 2013 m. siekė 6458 - 11918 tūkst. Lt. (išaugo 84,55 proc.). Kaip matome iš paveikslo, ledų atnešamas pelnas 2011 m. buvo sumažėjęs, vėlesniais metais išaugo 3,6 karto. (8 tūkst. Lt. - 29 tūkst. Lt). Nors per šį laikotarpį ledų pardavimai vis mažėjo, tačiau įmonei pavyko ženkliai sumažinti sąnaudas, tokiu būdu įmonei pavyko padidinti ledų gaunamą pelną.

Taigi, remiantis segmentine pelno analize, įmonės priimti sprendimai dėl pasirinktų prekių plėtojimo pasiteisino, išskyrus sviestą ir tepius riebalų mišinius, į šios veiklos tęstinumo perspektyvas būtina atkreipti dėmesį.

AB „Žemaitijos pienas“ vertikali pardavimų pagal geografinius (antrinius) segmentus 2008 - 2013 m. analizė atlikta 11 priede. AB „Žemaitijos pienas“ pardavimų pagal geografinius (antrinius) segmentus 2008 - 2013 m. struktūra pateikta 2.4 paveiksle.



2.4 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. pardavimų pagal geografinius (antrinių) segmentų struktūra, proc.

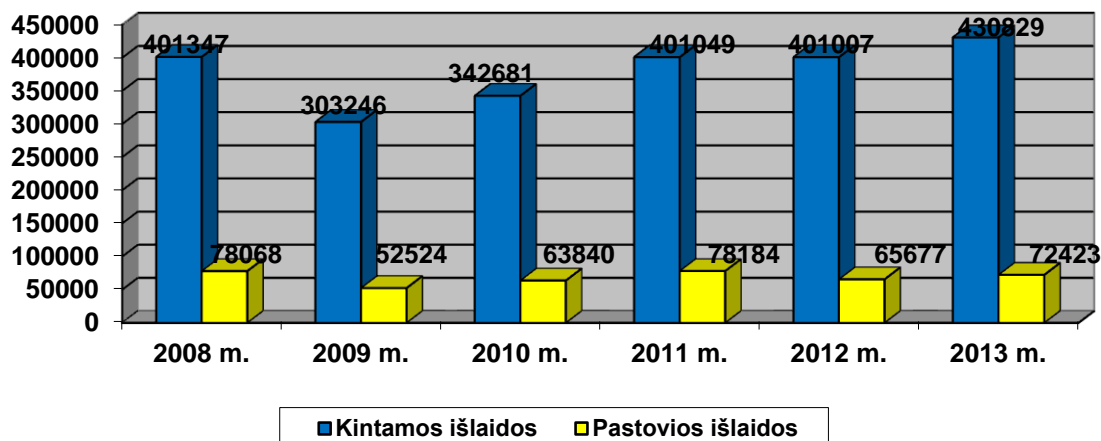
Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ vertikalią pardavimų pagal geografinius (antrinių) segmentų 2008 - 2013 m. analizę

Iš 2.4 paveikslo matome, kad didžiausią pardavimų dalį sudaro Lietuvos rinka. Lyginant 2008 - 2013 m. ji sudarė 53,09 - 57,75 proc. visų pardavimų. Kiek mažesnė dalis parduodama kitose Baltijos šalyse, didžiausia pardavimų dalis – 2010 m. (25,72 proc.), mažiausia – 2009 m. (20,05 proc.), tikėtina, kad tam įtakos turėjo pokrizinis laikotarpis. Taip pat dėl ekonominio nuosmukio, lyginant 2008 - 2010 m. sumažėjo pardavimai ir kitose Europos šalyse, jie nukrito net 5,61 proc. visų pardavimų dalies. Tačiau tuo laikotarpiu pardavimai išaugo JAV (lyginant 2008 - 2009 m. pardavimai padidėjo nuo 0,03 iki 0,62 proc. visų pardavimų) bei kitose šalyse (lyginant 2008 - 2009 m. pardavimai padidėjo nuo 1,10 iki 3,28 proc. visų pardavimų). 2012 m. pagerėjus ekonominei Europos būklei bei vėl akivaizdžiai išaugusiais Europos šalyse pardavimams (14,43 proc. 2010 m. – 19,35 proc. 2012 m. ir 20,62 proc. 2013 m. visų pardavimų), buvo atsisakyta eksporto į JAV.

2.4. AB „Žemaitijos pienas“ sąnaudų analizė

Kiekviena įmonė savo veikloje patiria įvairių rūšių išlaidas, kurios formuoja sąnaudas. AB „Žemaitijos pienas“ pelno (nuostolių) ataskaitos straipsnių nagrinėjimas padės įvertinti teigiamas arba neigiamas veiklos pelno kitimo tendencijas, kadangi pelno formavime šie veiksniai yra vieni iš pagrindinių. Remiantis šia nuostata, toliau darbe bus atliekama kintamų sąnaudų (pardavimo savikainos) ir pastovių sąnaudų (veiklos sąnaudų), kaip rodiklių, kurie

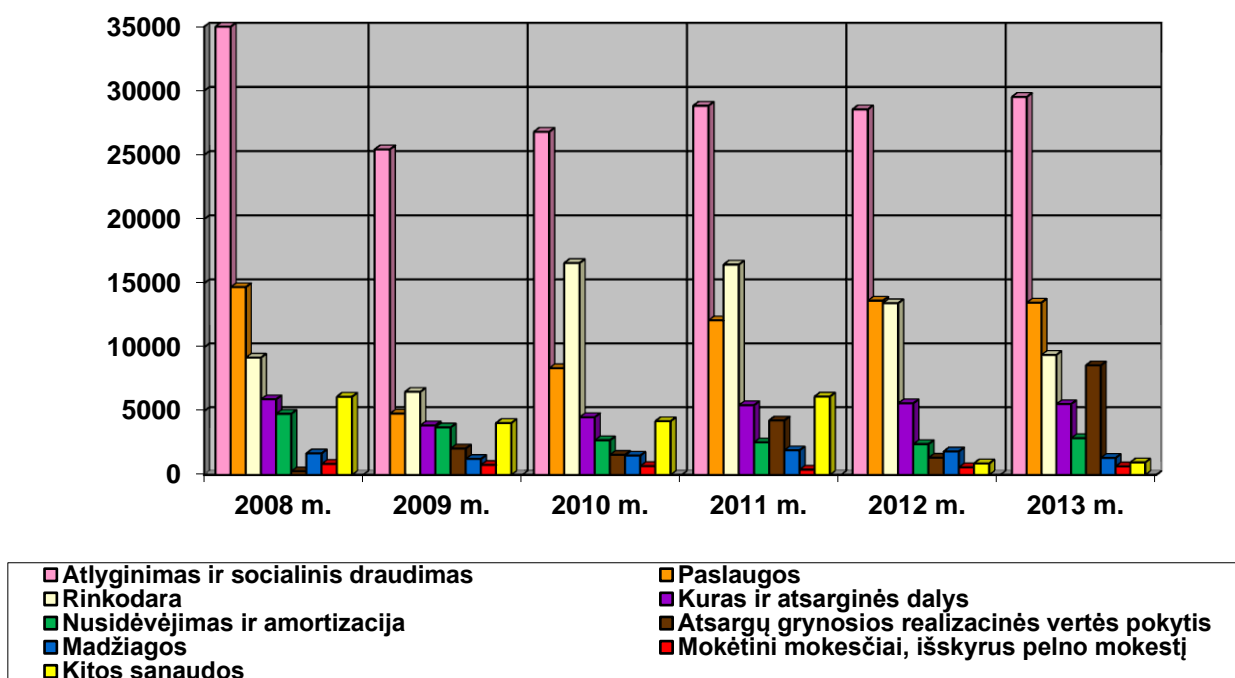
tiesiogiai įtakoja pajamas ir pelno dydį, analizė. AB „Žemaitijos pienas“ kintamų ir pastovių išlaidų dinamika pavaizduota 2.5 paveiksle.



2.5 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. kintamų ir pastovių išlaidų dinamika, tūkst. Lt
Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ pelno (nuostolio) ataskaitą

Kaip matome iš 2.5 paveikslo, išlaidas daugiausia sudaro kintamos išlaidos. Jos svyruoja nuo 303246 tūkst. Lt (2009 m.) iki 430829 tūkst. Lt (2013 m.). Jų kitimas priklauso nuo pardavimų. Pastovių išlaidų įmonė patiria daug mažiau. Daugiausia įmonė jų turėjo 2011 m. – 78184 tūkst. Lt, mažiausiai 2009 m. – 52524 tūkst. Lt. Pastovių išlaidų išaugimui įtakos galimai turėjo įmonei teikiamų paslaugų, kuro bei energijos kainų didėjimas.

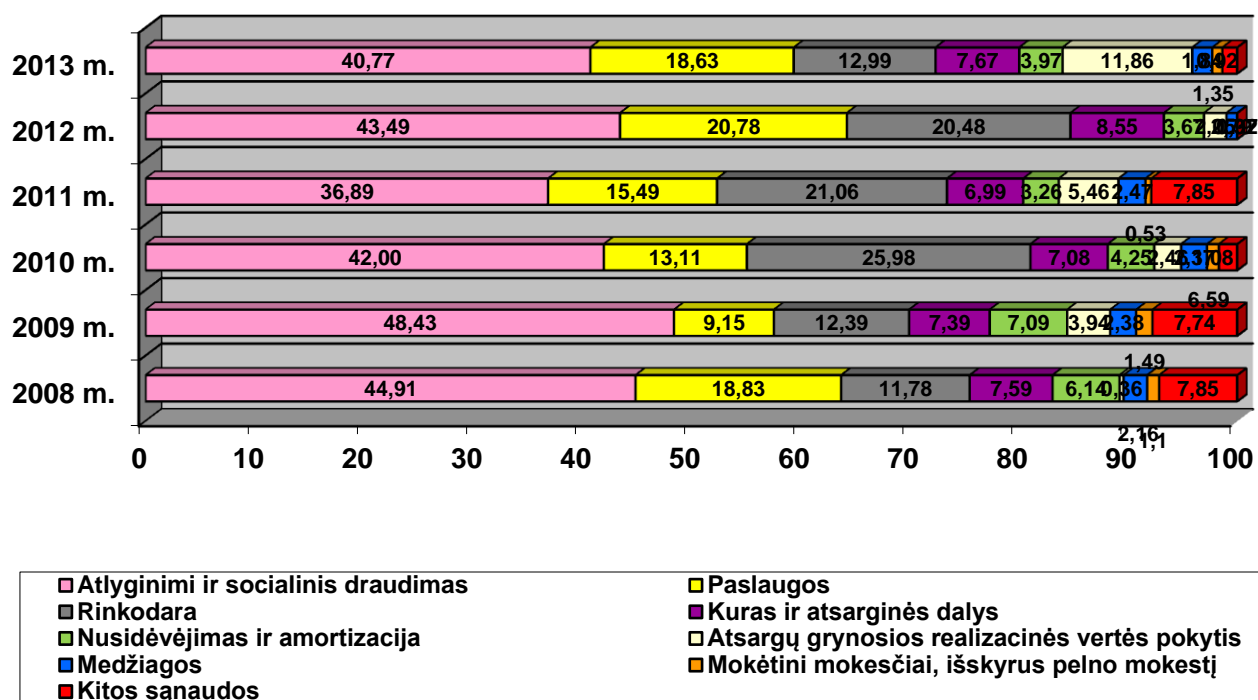
AB „Žemaitijos pienas“ veiklos sąnaudų dinamika pavaizduota 2.6 paveiksle. Įmonės horizontali veiklos sąnaudų dinamikos analizė pateikta 13 priede.



2.6 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. veiklos sąnaudų dinamika, tūkst. Lt
Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ pelno (nuostolio) ataskaitą

Iš 2.6 paveiksle bei 13 priede pateiktos informacijos matome, kad lyginant 2008 – 2013 m., didžioji dalis sąnaudų įmonėje sumažėjo. Sumažėjo atlyginimų ir socialinio draudimo (15,78 proc.), nusidėvėjimo ir amortizacijos (39,96 proc.), medžiagų (21,10 proc.), mokėtinų mokesčių, išskyrus pelno mokesčių (22,14 proc., nors didžiausias sumažėjimas šių sąnaudų buvo 2010 - 2011 m. – 40,61proc.) sąnaudos bei ypač kitos sąnaudos (84,05 proc.). Kiek mažiau sumažėjo paslaugų (8,22 proc.), kuro ir atsarginių dalių (6,31 proc.) sąnaudos. Tai ekonominio nuosmukio įtaka, dėl to įmonė buvo priversta kiek įmanoma sumažinti sąnaudas. Tačiau per šešerius metus ženkliai (293 karto) išaugo atsargų grynosios realizacinės vertės pokytis. Taip pat įmonėje per 2008 - 2013 m. 2,27 proc. padidėjo rinkodaros sąnaudos, tikėtina dėl bendrovės veiklos plėtros.

AB „Žemaitijos pienas“ veiklos sąnaudų struktūra pavaizduota 2.7 paveiksle. Įmonės vertikali veiklos sąnaudų struktūros analizė pateikta 14 priede.



2.7 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. veiklos sąnaudų struktūra, tūkst. Lt

Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ pelno (nuostolio) ataskaitą

Iš 2.7 paveikslo ir analizės, parodytos 14 priede matome, kad didžiausią veiklos sąnaudų dalį sudaro atlyginimai ir socialinis draudimas (36,89 proc. (2011 m.) - 48,43 proc. (2009 m.)), paslaugos (9,15 proc.(2009 m.) - 20,78 proc.(2012 m.)) bei rinkodara (11,78 proc. (2008 m.) - 25,98 proc.(2010 m.)). Lyginant 2008 - 2013 m. atlyginimo ir socialinio draudimo sąnaudų dalis sumažėjo 4,14 proc. Paslaugų sąnaudų dalis per lyginamą šešių metų laikotarpį sumažėjo nežymiai - tik 0,02 proc., nors kasmet jų pokyčiai akivaizdūs: 2008-2009 m. jos sudarė 18,83 proc. visų veiklos sąnaudų, o 2009 m, - jau tik 9,15 proc. Vėlesniais metais jų dalis didėjo, kol 2013 m. vėl sumažėjo iš 20,78 proc. 2012 m. į 18,63 proc. visų veiklos sąnaudų. Rinkodara vidutiniškai sudaro 17,45

proc. visų veiklos sąnaudų. Didžiausias kilimas pastebimas 2009 - 2010 m. - 12,59 proc., o didžiausias sumažėjimas 2012 - 2013 m. - 7,49 proc. Kiek mažesnę veiklos sąnaudų struktūros dalį sudaro kuras ir atsarginės dalys (6,99 proc.(2011 m.) - 7,67 proc. (2013 m.), jų kitimas per lyginamąjį laikotarpį gana mažas - 0,08 proc. Nusidėvėjimas ir amortizacija sudaro 3,26 proc. (2011 m.) - 7,09 proc. (2009 m.) visų veiklos sąnaudų. Per 2008 - 2013 m. ši sąnaudų struktūros dalis sumažėjo 2,17 prc. Atsargų grynosios realizacinės vertės pokytis per 2008 - 2013 m. laikotarpį sudarė vis didesnę veiklos sąnaudų dalį, išskyrus 2010 m. ir 2012 m. kai jis kiek nukrisdavo. Per lyginamąjį laikotarpį atsargų grynosios realizacinės vertės kopyčio dalis veiklos sąnaudų struktūroje pakilo 11,50 proc. Kita veiklos sąnaudų struktūros dalis medžiagos sudaro 1,84 - 2,79 proc. Jos 2008 - 2012 m. vis didėdavo, tik 2013 m. sumažėjo 0,95 proc. Mažiausią dalį veiklos sąnaudų struktūroje sudaro mokėtini mokesčiai (išskyrus pelno mokesčių), 2008 - 2010 m. vidutiniškai jie sudarė 1,22 proc. visų sąnaudų. Tik 2011 m. jie sumažėjo iki 0,53 proc. 2012 - 2013 jie padidėjo ir abiejais metais išliko stabilūs ir sudarė 0,92 proc. visų veiklos sąnaudų dalį. Na, o kitos sąnaudos 2008 - 2011 m. išliko pakankamai stabilios (6,59 - 7,85 proc.) visoje veiklos sąnaudų struktūroje, tik nuo 2012 m. jos labai sumažėjo ir besudarė 2012 m. - 1,37 proc., o 2013 m. -1,35 proc. visų veiklos sąnaudų.

Taip pat svarbus rodiklis, vienas iš veiklos pelną formuojančių veiksmų, yra veiklos sąnaudų dydis vienam pardavimo litui, nes jis parodo veiklos sąnaudų dalį dengiamą pardavimo pajamomis. AB „Žemaitijos pienas“ veiklos sąnaudų vienam pardavimo litui pokytis, 2008 - 2013 m. pateiktas 2.4 lentelėje.

2.4 lentelė

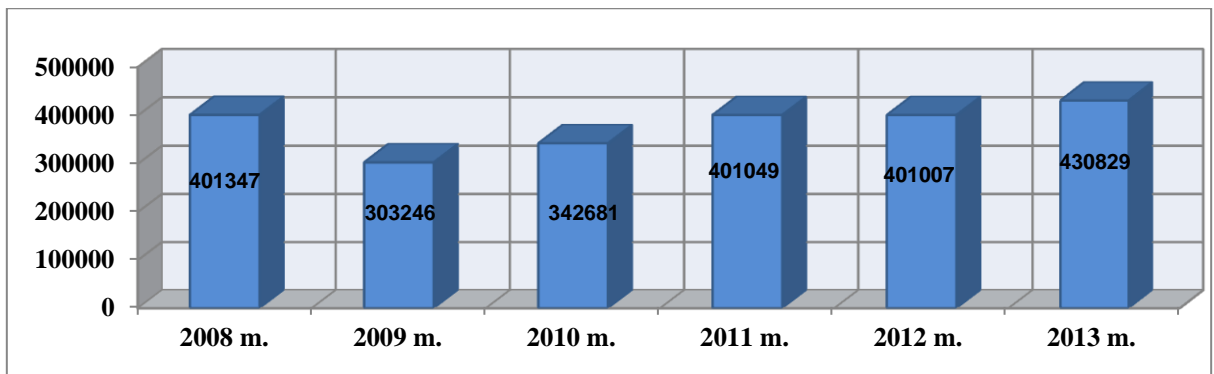
**AB „Žemaitijos pienas“ veiklos sąnaudų vienam pardavimo litui pokytis, 2008 - 2013 m.,
tūkst. Lt**

	2008 m.	2009 m.	2010 m.	2011 m.	2012 m.	2013 m.	2008 - 2013 m. pokytis
Pardavimo pajamos	471511	371190	427735	487218	489659	522789	
Veiklos sąnaudos	78068	52524	63840	78184	65677	72423	
Veiklos sąnaudos vienam pardavimo litui	0,17	0,14	0,15	0,16	0,13	0,14	-0,03

Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ pelno (nuostolio) ataskaitą

Apskaičiavus veiklos sąnaudas vienam pardavimo litui, matyti, kad veiklos sąnaudos per analizuojamą laikotarpį sumažėjo 0,03, tai parodo, kad įmonė tinkamai kontroliuoja veiklos sąnaudas bei turės teigiamos įtakos pelno rodikliams.

Produkcijos savikaina - vienas iš svarbiausių įmonės veiklos rodiklių, apibendrinančių įmonės išlaidas, susijusias su produkcijos gamyba ir pardavimu, taip pat įmonės veiklos efektyvumą. AB „Žemaitijos pienas“ savikainos dinamika, 2008 - 2013 m. pateikta 2.8 paveiksle.



2.8 pav. AB „Žemaitijos pienas“ savikainos 2008 - 2013 m. dinamika, tūkst. Lt

Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ pelno (nuostolio) ataskaitą

Kaip matyti iš 2.8 paveikslo, produkcijos savikaina nėra pastovi. Bendrovėje ji kito nuo 303246 tūkst. Lt (2009 m.) iki 430829 tūkst. Lt (2013 m.). Tam įtakos turėjo žaliavų supirkimo kainų kitimas. Kadangi įmonė užsiima gamybine veikla, jai svarbu į šiuos veiksnius atsižvelgti norint sumažinti išlaidas ir dirbti dar pelningiau.

Ne ką mažiau svarbus įmonės veiklos rodiklis, savikainos dalies vienam pardavimo litui apskaičiuoti. Jis parodo gauto pelno lygį, sąnaudų kontrolės efektyvumą. AB „Žemaitijos pienas“ savikainos vienam pardavimo litui pokytis 2008 - 2013 m. pateikta 2.5 lentelėje.

2.5 lentelė

AB „Žemaitijos pienas“ savikainos vienam pardavimo litui pokytis, 2008 - 2013 m., tūkst. Lt

	2008 m.	2009 m.	2010 m.	2011 m.	2012 m.	2013 m.	2008 – 2013 m. pokytis
Pardavimo pajamos	471511	371190	427735	487218	489659	522789	
Pardavimo savikaina	401347	303246	342681	401049	401007	430829	
Savikaina vienam pardavimo litui	0,85	0,82	0,80	0,82	0,82	0,82	-0,03

Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ pelno (nuostolio) ataskaitą

Kaip matyti iš 2.5 lentelės, per analizuojamą laikotarpį savikaina vienam pardavimo litui svyravo nuo 0,80 iki 0,85 Lt. Pastebėta, kad peranalizuojamą šešių metų (2008 - 2013 m.) laikotarpį, savikainos dydis vienam pardavimo litui pastaruosius tris metus nekito, ji išliko 0,82. Tačiau lyginamųjų metų pokytis rodo, kad rodiklis visgi sumažėjo ir vienam pardavimo litui tenka 0,03 savikainos dydžio. Nors iš duomenų matyti, kad savikaina kiekvienais metais padidėja, tačiau atitinkamai ir ženkliai auga ir įmonės pardavimo pajamos, todėl šis pokytis sumažėjo. Toks savikainos bendras sumažėjimas teigiamai veikia įmonės pelno siekimą.

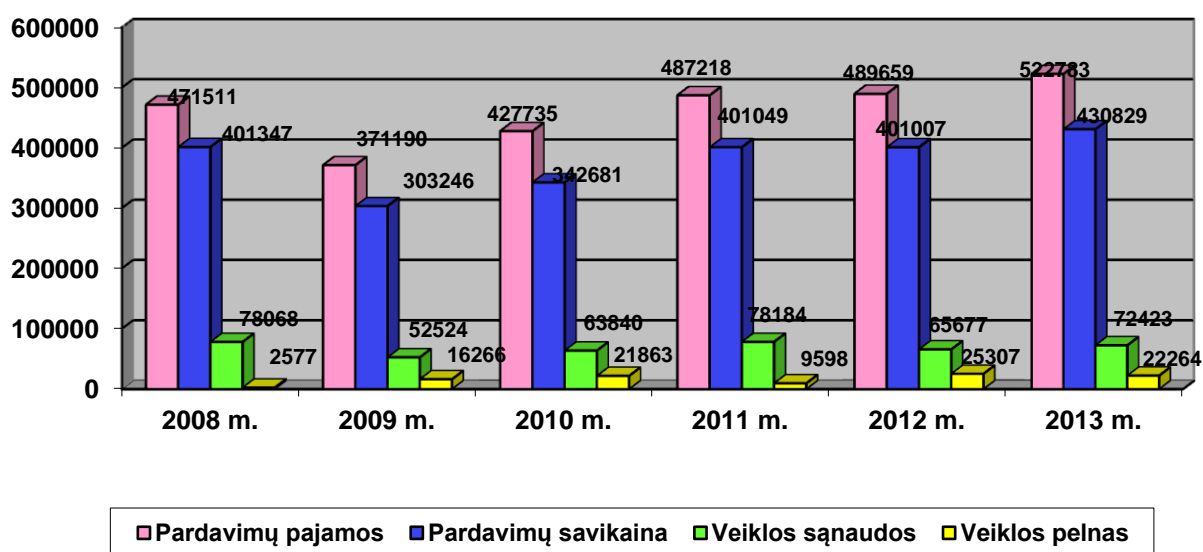
2. 5. AB „Žemaitijos pienas“ pelno kitimo ir veiksnių analizė

Pelnas - labai svarbus įmonės veiklos vertinimo rodiklis. Jis rodo įmonės veiklos rezultatą ir yra svarbiausias plėtros veiksnys. Šio rodiklio analizė parodo, kaip efektyviai yra kontroliuojamos

šnaudos. Taip pat yra labai svarbu, nagrinėjant šį rodiklį įvertinti pajamas pagal veiklos rūšis, t.y. nustatyti kuri veiklos rūšis duoda daugiausiai pajamų.

Veiklos pelnas yra rezultatas, kuris įvertina pagrindinę įmonės veiklą. Šio rodiklio analizė parodo vadovų sugebėjimą kontroliuoti šnaudas. Kadangi veiklos pelną formuoja tokie rodikliai kaip pajamos, savikaina bei veiklos šnaudos, svarbu juos įvertinti analizuojant veiklos pelno kitimą.

AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. pajamų, savikainos, veiklos šnaudų ir veiklos pelno dinamika pateikta 2.9 paveiksle.



2.9 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. pajamų, savikainos, veiklos šnaudų ir veiklos pelno dinamika, tūkst. Lt

Šaltinis: sudaryta autorės, pagal AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 metų pelno (nuostolio) ataskaitos duomenis

Taigi, iš 2.9 paveikslo bei įmonės horizontalios pelno (nuostolio) ataskaitos analizės (9 priedas) matyti, kad per analizuojamą laikotarpį veiklos pelnas ženkliai padidėjo. 2008 m. ji buvo 2577 tūkst. Lt, o 2013 m. siekė 22264 tūkst. Lt. (padidėjo 7,64 karto arba 19687 tūkst. Lt.) Nors pardavimo savikaina išaugo 7,34 proc. (29482 tūkst. Lt), tačiau pardavimų pajamoms padidėjimas 2008 – 2013 m. laikotarpiu 10,87 proc. (51272 tūkst. Lt) bei veiklos šnaudos sumažėjo 7,79 proc. (5645 tūkst. Lt), nulėmė veiklos pelno tokį išaugimą.

Norint nustatyti veiklos pelno dinamikos priežastis yra labai svarbu nustatyti veiksnius, įtakojusius šio rodiklio dydį lyginant konkrečius metus. AB „Žemaitijos pienas“ veiksnių, įtakojusių veiklos pelną 2008 - 2009 m. dinamika pateikta 2.6 lentelėje.

Įmonės pelną lemiančių veiksnių nustatymas yra labai svarbus, nes jų dėka galima nustatyti pelno dinamikos priežastis.

AB „Žemaitijos pienas“ veiksmų, įtakojusių veiklos pelną 2008 - 2009 m. dinamika, tūkst. Lt

	Pardavimų pajamos	Pardavimų savikaina	Veiklos sąnaudos	Veiklos pelnas	Pokytis, tūkst. Lt	Veiklos pelningumas, %	Pokyčio įtaka, %
2008 m.	471511	401347	78068	2577		0,55	
	371190	401347	78068	-97744	-100321	-26,33	-26,88
	371190	303246	78068	-195845	-98101	-26,43	-0,10
	371190	303246	52524	-221389	-25544	-6,88	19,55
							-7,43

Šaltinis: sudaryta autorės, pagal AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 metų pelno (nuostolio) ataskaitos duomenis

Kaip matyti iš 2.6 lentelės, 2008 - 2009 m. veiksmų analizė parodė, kad pardavimo pajamų sumažėjimas 100321 tūkst. Lt, veiklos pelningumą sumažino 26,88 proc., veiklos pelningumas dar sumažėjo 0,10 proc., pardavimų savikainai sumažėjus 98101 tūkst. Lt. Tuo tarpu dėl veiklos sąnaudų sumažėjimo 25544 tūkst. Lt, veiklos pelningumas padidėjo 19,55 proc. Vertinant bendrą veiksmų įtaką veiklos pelningumui, galima teigti, kad pokyčiai neigiami. Nors veiklos sąnaudų sumažėjimas pagerino situaciją, tačiau sumažėjusių pardavimo pajamų neigiama įtaka akivaizdi, t.y. veiklos pelningumas sumažėjo 7,43 proc.

AB „Žemaitijos pienas“ veiksmų, įtakojusių veiklos pelną 2010 - 2011 m. analizė pateikta 2.7 lentelėje.

AB „Žemaitijos pienas“ veiksmų, įtakojusių veiklos pelną 2010 - 2011 m. dinamika, tūkst. Lt

	Pardavimų pajamos	Pardavimų savikaina	Veiklos sąnaudos	Veiklos pelnas	Pokytis, tūkst. Lt	Veiklos pelningumas, %	Pokyčio įtaka, %
2010 m.	427735	342681	63840	21863		5,11	
	487218	342681	63840	81346	59483	16,70	11,59
	487218	401049	63840	139714	58368	28,68	11,98
	487218	401049	78184	154058	14344	31,62	2,94
							26,51

Šaltinis: sudaryta autorės, pagal AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 metų pelno (nuostolio) ataskaitos duomenis

2.7 lentelėje matyti akivaizdus skirtumas (lyginant su 2.6 lentelės duomenimis). Pardavimo pajamos, lyginant 2010 - 2011 m., išaugo 59483 tūkst. Lt, veiklos pelningumas išaugo 11,59 proc. Nors pardavimo savikaina padidėjo 58368 tūkst. Lt, tačiau veiklos pelningumas dar padidėjo 11,98 proc. Beje, išaugo ir veiklos sąnaudos (14344 tūkst. Lt), bet vis tik veiklos pelningumas nesumažėjo, o dar padidėjo 2,94 proc. Taigi, bendri veiksmų pokyčiai teigiamai įtakoję veiklos pelningumą, jį padidindami net 26,51 proc.

AB „Žemaitijos pienas“ veiksmų, įtakojusių veiklos pelną 2012 - 2013 m. analizė pateikta 2.8 lentelėje.

AB „Žemaitijos pienas“ veiksmų, įtakojusių veiklos pelną 2012 - 2013 m. dinamika, tūkst. Lt

	Pardavimų pajamos	Pardavimų savikaina	Veiklos sąnaudos	Veiklos pelnas	Pokytis, tūkst. Lt	Veiklos pelningumas, %	Pokyčio įtaka, %
2012 m.	489659	401007	65677	25307		5,17	
	522783	401007	65677	58431	33124	11,18	6,01
	522783	430829	65677	88253	29822	16,88	5,70
	522783	430829	72423	94999	6746	18,17	1,29
							13,00

Šaltinis: sudaryta autorės, pagal AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 metų pelno (nuostolio) ataskaitos duomenis

Atlikus įtakos veiksnių analizę 2012 - 2013 m. (2.8 lentelė) nustatyta, kad pardavimo pajamos padidėjo 33124 tūkst. Lt, šis veiksnys veiklos pelningumą padidino 6,01 proc. Pardavimo savikainos išaugimas 29822 tūkst. Lt, neigiamos įtakos nepadarė, nes veiklos pelningumas dar padidėjo 5,70 proc. Išaugusios veiklos sąnaudos 6746 tūkst. Lt, tai pat veiklos pelningumas nesumažino, o dar padidino 1029 proc. Taigi, bendri veiksnių pokyčiai vertinami teigiamai. Veiklos pelnas įtakojamas analizuojamų veiksnių padididėjo 13,00 proc.

Tokie skaičiavimų rezultatai leidžia manyti, jog siekiant didesnio veiklos pelningumo yra būtinas pardavimo pajamų didinimas, bei optimalus produkcijos savikainos bei veiklos sąnaudų vertinimas.

2.6. AB „Žemaitijos pienas“ pelno didinimo galimybės

2.6.1. AB „Žemaitijos pienas“ veiklos pelno, veiklos sąnaudų, pardavimo savikainos, vidutinės produkcijos kainos ir kiekio ryšio koreliacinė regresinė analizė

Siekiant išsamios pelno ir pelningumo analizės bei turint tikslą didinti pelną, būtina įvertinti veiklos pelningumo bei atskirų rodiklių ryšių stiprumą bei nustatyti galimas pokyčių įtakas, tokiu būdu tarp pasirinktų kintamųjų atskleidžiamas ryšio stiprumas ir kryptis (koreliacija) bei ryšio forma (regresija). Kuo šis ryšys stipresnis, tuo tiksliau pagal vieno dydžio kitimą galima prognozuoti kito dydžio pokyčius. Statistinis ryšys, kuris pasireiškia kaip priklausomybė tarp atsitiktinių dydžių taip, jog vieno dydžio pokytis veikia kito dydžio pasiskirstymą (Bartosevičienė V., 2006, p. 75). Šio tipo ryšiams išreikšti paplitusi koreliacija.

Koreliacija – tai statistinis dydis parodantis priklausomybę tarp dviejų skirtingų elementų (kintamųjų). (<http://www.finansistas.net/koreliacija.html>).

Koreliacijos pagrindinis rezultatas yra vadinamas koreliacijos koeficientas, kuris žymimas raide r. Koreliacijos koeficientų reikšmių skalė pateikta 2.9 lentelėje.

Panašiai kaip ir koreliacijos, determinacijos koeficientas yra atsitiktinių dydžių tiesinio ryšio matas. Determinacijos koeficientas privalo įvertinti teikiamo matematinio modelio tinkamumą

modeliuojamam požymiui aprašyti, būtent privalo atsakyti į klausimą, ar matematinis modelis adekvačiai įvertina modeliuojamą procesą. Jis žymimas R^2 ir vadinamas R kvadratu. Koeficiento R^2 reikšmė priklauso intervalui [0,1]. Determinacijos koeficientas paaiškinamas regresija. Kuo R^2 artimesnis vienetui, tuo didesnė dispersijos dalis paaiškinama regresija, t.y. tuo geriau regresijos tiesė aprašo kintamąjį Y.

2.9 lentelė

Koreliacijos koeficiento reikšmių skalė

Labai stipri	Stipri	Vidutinė	Silpna	Labai silpna	Nėra ryšio	Labai silpna	Silpna	Vidutinė	Stipri	Labai stipri
-1	Nuo -1 iki -0,7	Nuo -0,7 iki -0,5	Nuo -0,5 iki -0,2	Nuo -0,2 iki 0	0	Nuo 0 iki 0,2	Nuo 0,2 iki 0,5	Nuo 0,5 iki 0,7	Nuo 0,7 iki 1	1

Šaltinis: sudaryta autorės

Atliekant AB "Žemaitijos pienas" pelną įtakojančių veiksnių koreliacinę analizę, pasirinkti šie veiksniai – veiklos sąnaudos, pardavimų savikaina, vidutinė produkcijos kaina bei kiekis.

AB "Žemaitijos pienas" 2008 - 2013 m. pelno ir pelną įtakojančių veiksnių tarpusavio ryšio priklausomybė pateikta 2.10 lentelėje.

2.10 lentelė

AB "Žemaitijos pienas" veiklos pelno ir jį įtakojančių veiksnių tarpusavio ryšio priklausomybė 2008 - 2013 m.

Laikotarpis	Veiklos pelnas, tūkst. Lt	Veiklos sąnaudos, tūkst. Lt	Pardavimų savikaina, tūkst. Lt	Produkcijos vid. kaina, Lt/kg	Produkcijos vid. kiekis, kg
2008 m.	2577	70164	401347	6,97	67649
2009 m.	16266	67944	303246	5,49	67612
2010 m.	21863	85054	342681	6,33	67573
2011 m.	9598	86170	401049	7,21	67575
2012 m.	25307	88652	401007	7,24	67632
2013 m.	22264	91954	430829	7,73	67631
Suma	97875	489938	2280159	40,97	405672
Vidurkis	16312,5	81656	380026,50	6,83	67612
Vidutinis kvadratinis nuokrypis	8727,89	10069,76	47344,52	0,80	32
Koreliacijos koeficientas		0,63	-0,10	0,03	0,22
Determinacijos koeficientas		0,40	0,01	0,001	0,05

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis AB "Žemaitijos pienas" ataskaitų duomenimis bei Excel programos pagalba

2.10 lentelėje apskaičiuoti koreliacijos koeficientai parodė, kad teigiamą ryšį su veiklos pelnu turi veiklos sąnaudos, vidutinė produkcijos kaina ir kiekis. Veiklos sąnaudų koreliacijos koeficientas yra 0,63. Tai rodo veiklos sąnaudų vidutinį tarpusavio ryšį su veiklos pelnu. Kaip matyti, 2011 m., 2013 m. didėjant veiklos sąnaudoms, veiklos pelnas mažėja. Visais kitais metais veiklos sąnaudoms didėjant veiklos pelnas auga. Tai įtakojo įmonės pardavimų pajamų tendencingas augimas. Labai silpnas tarpusavio ryšys tarp veiklos pelno ir vidutinės produkcijos kainos (0,03). Lentelėje matome, kad veiklos pelnas tai mažėjo, tai augo, o pardavimo kaina kasmet tik augo (išskyrus 2008 m.). Produkcijos vidutinį kiekį su veiklos pelnu sieja silpna koreliacija – 0,22.

Pardavimų savikaina yra neigiamos reikšmės arba kitaip su veiklos pelnu turi atvirkštinę koreliaciją. Savikainos koreliacijos ryšys su veiklos pelnu yra labai silpnas (-0,10).

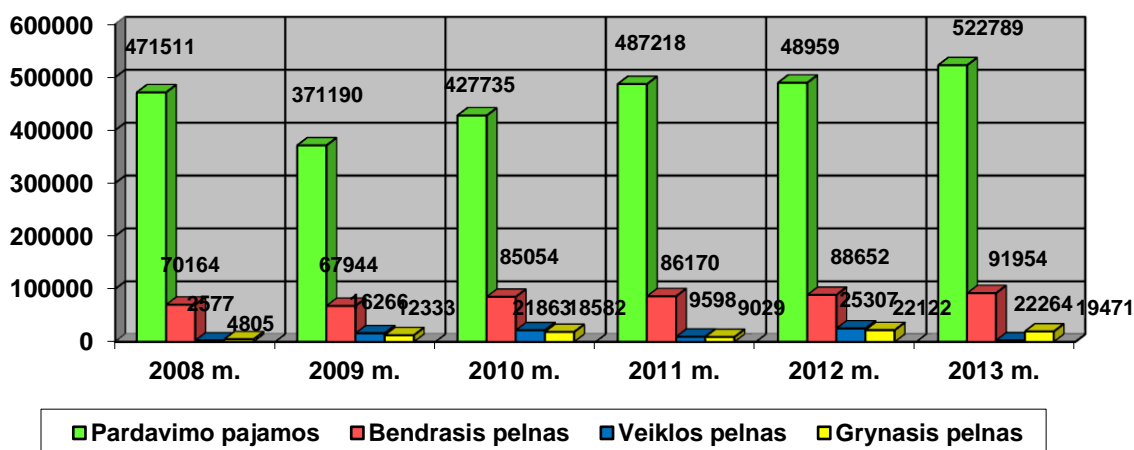
Determinacijos koeficientai rodo labai silpną tiesinę priklausomybę tarp kintamųjų (pardavimų savikainos, produkcijos vidutinės kainos ir produkcijos vidutinio kiekio), išskyrus veiklos sąnaudas. Tarp veiklos pelno ir veiklos sąnaudų egzistuoja vidutinio stiprumo tiesinė priklausomybė. Taigi, veiklos sąnaudų kitimas veiklos pelną įtakoja 40 proc. Padidėjus veiklos sąnaudoms vienu vienetu, veiklos pelnas sumažėtų 2729 tūkst. Lt. Tuo tarpu veiklos pelno kitimui pardavimų savikaina įtakos turi tik 1 proc., produkcijos vidutinės kainos 0,1 proc., produkcijos vidutinis kiekis 5 proc.

2.6.2. AB „Žemaitijos pienas“ pelną formuojančių veiksnių vertinimas

Vertinant AB „Žemaitijos pienas“ pelną formuojančius veiksnius, analizuojama pelno struktūra, pelningumo ir pelno pakankamumo rodikliai.

AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. pardavimo pajamos bendrojo, veiklos ir grynojo pelno dinamika pavaizduota 2.10 paveiksle.

AB „Žemaitijos pienas“ bendrasis pelnas, lyginant 2008 - 2013 m. padidėjo 31,06 proc. Pastebėtina tik tai, kad dėl 2009 m. sumažėjusių pardavimų pajamų bendrasis pelnas visgi buvo sumažėjęs 3,16 proc., tačiau nuo 2010 m., dėl vis didėjančių pardavimų pajamų jis sėkmingai augo. Didžiausias veiklos pelnas buvo 2012 m. - 25307 tūkst. Lt., jo dydį lėmė 2011 - 2012 m. veiklos sąnaudų ženklus sumažėjimas. Mažiausią veiklos pelną įmonė turėjo 2008 m. - 2577 tūkst. Lt. Lyginant su didžiausiu lyginamų metų veiklos pelnu 2012 m., jis net 89,82 procentais mažesnis. Tokiam mažam 2008 m. veiklos pelnui turėjo įtakos mažas bendrasis pelnas ir didelės veiklos sąnaudos. Įmonės 2008 - 2013 m. grynojo pelno duomenys rodo, kad pelningiausiai įmonė dirbo 2012 m. Tam įtakos turėjo akivaizdžiai sumažėjusios veiklos sąnaudos (lyginant su 2011 m.). Tačiau 2008 m. esant didelioms sąnaudoms bei savikainai, bendrovė patyrė 4805 tūkst. Lt nuostolių. Tačiau vėlesniais metais, sumažinus sąnaudas, bendrovė vėl dirbo pelningai.



2.10 pav. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. pardavimo pajamų, bendrojo, veiklos ir grynojo pelno dinamika, tūkst. Lt.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ pelno (nuostolio) ataskaitą

Taigi, vertinant 2008 - 2012 m. duomenis, matome, kad įmonė dirbo pelningai, nes per tą laikotarpį grynasis pelnas padidėjo 14666 tūkst. Lt. (305,22 proc.)

Pelningumo rodikliai apibendrina galutinius įmonės pasiekimus, ir pagal juos yra sprendžiama, kokią realią naudą gauna akcininkai ir investuotojai, rizikuodami investuoti savo kapitalą. AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. pelningumo rodikliai pateikti 2.11 lentelėje.

2.11 lentelė

AB „Žemaitijos pienas“ 2008 - 2013 m. pelningumo rodikliai (proc.)

Rodiklio pavadinimas	Metai					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Bendrasis pardavimo pelningumas	14,88	18,30	19,88	17,69	18,10	17,59
Grynasis pardavimo pelningumas	1,02	3,32	4,34	1,85	4,52	3,72
Bendrasis turto pelningumas	2,54	7,08	10,21	4,24	10,82	9,16
Akcinio kapitalo pelningumas	9,93	25,49	38,41	18,66	45,73	40,25
Nuosavo kapitalo pelningumas	5,28	11,91	15,53	7,15	15,22	12,10

Šaltinis: sudaryta autorės pagal AB „Žemaitijos pienas“ balansą ir pelno (nuostolio) ataskaitą

Kaip matome iš 2.11 lentelės, visais nagrinėjamais metais bendrasis pardavimo pelningumas yra pakankamai stabilus, tai rodo, kad įmonė geba dirbti pelningai iš pagrindinės savo veiklos – gamybos. Tik 2008 m. rodiklis truputi žemesnis, iš to galime spręsti apie tais metais buvusias asortimento, kainodaros politikos problemas, konkurencijos didėjimą ar pan. 2010 m. jis visų aukščiausias, 19,88 proc.

Didžiausias grynojo pardavimo pelningumo rodiklis yra 2012 m. - 4,52 procento. Mažiausias AB „Žemaitijos pienas“ grynasis pelningumas 2008 m. - 1,02 procento, nes tais metais įmonės dirbo nuostolingai. Lyginant 2008 - 2013 m. rodiklius, jie buvo tik patenkinami, tai nusako, kad įmonė turi daug išlaidų, po kurių lieka labai nedaug (arba iš viso nelieka) grynojo pelno.

Bendrasis turto pelningumas 2010 m., 2012 m. ir 2013 m. buvo patenkinamas (2010 m. - 10,21 procento, 2012 m. - 10,82 procento, 2013 m. - 9,16 procento). 2008 m., 2009 m. ir 2011 m. jis per mažas. Tačiau iš visų šešerių metų analizės galima spręsti, kad AB „Žemaitijos pienas“ savo turtą panaudoja pakankamai efektyviai.

Vertinant akcinio kapitalo pelningumo rodiklius matome, kad 2008 m. šis rodiklis yra mažas (9,93 proc.), tai rodo, kad bendrovė žymiai mažiau uždirbo grynojo pelno. Šis rodiklis yra labai didelis 2012 - 2013 m., vienam akcinio kapitalo litui tais metais teko net 45,73 - 40, 25 procentų grynojo pelno. Na, o 2009 m. - 2011 m. šis rodiklis patenkinamas, nes siekia 26,03 - 38,43 procento.

Įmonės nuosavo kapitalo pelningumo rodikliai yra patenkinami, išskyrus 2008 m ir 2011 m. šis rodiklis per mažas, nes siekia tik 5,27 - 7,15 procento. Tai reiškia, kad įmonė nepakankamai efektyviai išnaudojo nuosavą kapitalą.

Apibendrinus tyrimo rezultatus matome, kad pardavimų pajamos per 2008 – 2013 m. laikotarpį pajamos padidėjo 51272 tūkst. Lt arba 10,87 proc. Didžiausią pardavimų dalį sudaro fermentinio sūrio pardavimai (siekia 42,80 - 45,33 proc. visų pardavimų sumos), tai lemia didžiulė sūrių paklausa. Pelnas gautas iš fermentinių sūrių vidutiniškai siekia apie 38282 tūkst. Lt. Įmonės segmentinė pelno analizė parodė dar keletą pelningų prekių grupių, tai sausi pieno produktai bei kitos prekės. Gaunamas pelnas iš sausų pieno produktų išaugo 82,05 proc., o iš kitos produkcijos - 84,55 proc. Rezultatai rodo, kad įmonė tinkamai įvertina produkcijos pelningumą bei atsižvelgdama į rinkos paklausą, kasmet plečia prekių asortimentą bei tikslingai siekia geresnių veiklos rezultatų. Sąnaudų analizė parodė, kad įmonė pakankamai gerai kontroliuoja tiek veiklos sąnaudas, tiek ir savikainos dydį, šie rezultatai teigiamai veikia įmonės pelno didinimo siekimą.

Išanalizavus veiksnius, įtakančius veiklos pelną, nustatyta, kad tokį didelį veiklos pelno padidėjimą (išaugo 7,64 karto arba 19687 tūkst. Lt.) lėmė pardavimo pajamų 10,87 proc. padidėjimas bei veiklos sąnaudų 7,79 proc. sumažėjimas. Vertinant bendrą veiksnių įtaką veiklos pelningumui, galima teigti, kad pokyčiai teigiami. Nors 2008 - 2009 m. veiklos pelningumas sumažėjo 7,43 proc. (dėl sumažėjusių pardavimų įtakos), tačiau sekančių metų (2010 - 2013 m.) duomenų tyrimas parodė, bendri veiksnių pokyčiai veiklos pelningumą tik didino. Tokie atlikto tyrimo rezultatai leidžia teigti, jog siekiant didesnio veiklos pelningumo yra būtinas pardavimo pajamų didinimas, bei optimalus produkcijos savikainos bei veiklos sąnaudų vertinimas.

AB „Žemaitijos pienas“ veiklos sąnaudų, pardavimų savikainos, vidutinės produkcijos kainos bei kiekio tarpusavio ryšio veiklos pelnui koreliacinė regresinė analizė atskleidė, kad tarp veiklos pelno ir sąnaudų, vidutinės produkcijos kainos ir kiekio egzistuoja tiesioginė tiesinė priklausomybė, o tarp veiklos pelno ir savikainos - atvirštinė tiesinė priklausomybė. Taigi, didėjant pardavimų savikainai, veiklos pelnas mažėja.

3. AB „Žemaitijos pienas“ pelno prognozės ir didinimo pagrindimas

Įmonės veiklos prognozių nustatymui yra nemažai metodų. Siekiant nustatyti įmonės pelno apimties prognozę tikslingiausia atlikti pasitelkus dinaminės eilutės ekstrapoliacijos metodą. Iš anksčiau pateiktos pelno (nuostolio) ataskaitos horizontalios analizės (9 priedas) duomenų, atlikta AB „Žemaitijos pienas“ 2015 m. tikėtino, pesimistinio ir optimistinio pelno prognozė (3.1 lentelė).

3.1 lentelė

**AB "Žemaitijos pienas" 2015 m. tikėtino, pesimistinio ir optimistinio pelno prognozė,
tūkst. Lt**

	Optimistinis variantas	Tikėtinas variantas	Pesimistinis variantas
Pardavimo pajamos	601156	546505	496823
Pardavimo savikaina	519999	472757	429752
Bendrasis pelnas	81157	73748	67071
Veiklos sąnaudos	70936	64765	58625
Kitos veiklos pajamos ir sąnaudos	3607	3007	2981
Veiklos pelnas	6614	5976	5465
Finansavimo sąnaudos	29	29	29
Kitos finansavimo pajamos (sąnaudos)	601	501	497
Pelnas iki mokesčių	5984	5446	4939
Pelno mokestis	898	817	741
Grynasis pelnas (nuostolis)	5086	4629	4198

Šaltinis: sudaryta autorės naudojantis AB „Žemaitijos peinas“ ataskaitos duomenimis ir MC Excel programa

Iš prognozės (3.1 lentelė) matome, kad lyginant su ankstesniais metais, 2015 m. prognozuojamas grynasis pelnas sumažėtų 49,22 proc. (optimistinis variantas) – 58,08 proc. (pesimistinis variantas). Tačiau net esant pesimistinei prognozei, visgi įmonė nepatirtų nuostolių, o gautų pelną. Tai rodo, kaip ir anksčiau (9,10 lentelės) darbe pateikia, kad įmonė tinkamai apskaičiuoja pajamų ir sąnaudų santykį. Kasmėt didina pajamas (prekių asortimento didinimu, rinkos plėtra ir pan.), todėl dėl sąnaudų išaugimo, įmonei netenka patirti nuostolių. Taigi, dėl tinkamai pasirinktos įmonės finansinės politikos, 2015 m. prognozės nėra nuostolingos.

AB „Žemaitijos pienas“ pagrindinių prekių kritinio taško, maksimalaus pelno ir saugumo ribos priklausomybės ryšio modelis pateikiamas 3.2 lentelėje.

AB „Žemaitijos pienas“ pagrindinių prekių kritinio taško, maksimalaus pelno ir saugumo ribos priklausomybės ryšio modelis

	PLT (Q, kg)	PLT(vertinė išraiška, tūkst. Lt)	Maksimalus pelnas (tūkst. Lt)	Saugumo riba	
				Vertinė išraiška, tūkst. Lt	Procentai
Fermentiniai sūriai	12156	146844	520992	395431	72,92
Šviežūs pieno produktai	12109	71080	531977	471195	86,89
Sviestas ir tepūs riebalų mišiniai	12328	142635	521678	399640	73,70
Sausi pieno produktai	12953	47797	535407	494478	91,19
Ledai	12161	66156	532663	476119	87,80
Vidurkis	12341	94902	528543	447373	82,5

Šaltinis: sudaryta autorės naudojantis AB „Žemaitijos pienas“ ataskaitos duomenimis ir MC Excel programa

3.2 lentelėje pateikta kritinio lūžio taško riba, prie kurios įmonės parduodama prekė pasiekia pusiausvyrą. Įmonės prekių kritinio taško gamybos kiekiai yra gana panašūs, tai galime teigti, kad vidutiniškai įmonė turi pagaminti 12341 kg prekių ir daugiau, kad įmonė dirbtų pelningai. Išskirti vidutinią kritinio pelningumo tašką svertine išraiška netikslinga dėl prekių skirtingų kainų. Taigi, kritinis pelningumo taško pajamos yra ties 146844 tūkst. Lt, šviežių pieno produktų ties 71080 tūkst. Lt, sviesto ir tepių riebalų mišinių ties 142635 tūkst. Lt, sausų pieno produktų ties 47797 tūkst. Lt ir ledų ties 66156 tūkst. Lt riba.

Maksimalus, kiekvienos prekės duodamas, pelnas siekia nuo 535407 tūkst. Lt (sausio pieno produktai) iki 520992 tūkst. Lt (fermentiniai sūriai). Tai rodo, jog sausų pieno produktų gamybai reikalingos daug mažesnės sąnaudos, palyginus su fermentinio sūrio gamyba. Tuo labiau, kad, kaip ir anksčiau minėta, jų pagaminamas kiekis (kg) yra labai panašus.

Skaičiavimai parodė, kad įmonės prekių saugumo riba didelė. Todėl daroma išvada, jog įmonė turi parduoti didelį prekių kiekį (vidutiniškai 82,50 proc., arba 447373 tūkst. Lt), kad jos veikla netaptų nuostolinga.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Pelnas bendriausia prasme - bendrųjų pajamų ir bendrųjų kaštų skirtumas. Skirtingi pelno sąvokos apibrėžimai rodo, kad pelno rodiklis pasižymi jį įtakojančių veiksnių gausa, išraiškos sudėtingumu bei atskirų elementų sudėtingais tarpusavio ryšiais. Pelningumą tikslingiausia apibūdinti kaip pelno (grynojo, bendrojo) ir tam tikro įmonės veiklos rodiklio (pardavimo pajamų, turto, kapitalo, ar įdėtų išlaidų) santykį. Didžiausia įmonės siekiamybė yra pelno didinimas. Pelno didinimo teorinės prielaidos padeda prognozuoti verslo įmonių skirtingomis rinkos sąlygomis elgesį siekiant didesnio pelno. Dėl gausių diskusijų apie įmonės strategijų ir verslo plėtros tikslų pelno didinimui, daroma prielaida, jog pelno didinimas – tai tas verslo plėtros kriterijus, kuris ne tik aktyviausiai mobilizuoja galimus plėtros išteklius ir koncentruoja motyvus, bet ir pagrindinis, finansine informacija aprašomas ir finansinėmis priemonėmis įgyvendinamas kriterijus.

Įvairūs autoriai pateikia skirtingus pelno didinimo metodus, tačiau pirmiausia didinti pelną siūloma tik įvertinus bendrąsias verslo įmonės pelno kitimo tendencijas, tuo tikslu atliekant horizontaliąją, vertikaliąją ir santykinę analizes. Veiklos pelno bei pelningumo analizė, taikant koreliacinę regresinę analizę, pelno lūžio taško ir kitus tyrimo metodus, leidžia nustatyti pagrindines pardavimo pajamų bei sąnaudų kitimo priežastis, atskleisti pelno dydį formuojančius veiksniai, įvertinti pardavimo veiklos pelno, sąnaudų, savikainos, vidutinės produkcijos kainos ir kiekio tarpusavio ryšį.

Viena iš didžiausių bei moderniausių pieno perdirbimo bendrovių Lietuvoje – AB „Žemaitijos pienas“. Įmonė įkurta 1924 metais. Tokia ilgametė bendrovės darbo patirtis ir unikali receptūros šiandien leidžia vartotojams pateikti platų, kokybišką asortimentą, kuris yra vertinamas bei apdovanotas aukso medaliais ne tik nacionalinėse, bet ir tarptautinėse parodose.

AB „Žemaitijos pienas“ pardavimų pajamų analizė parodė, kad per 2008 - 2013 m. laikotarpį pajamos padidėjo 51272 tūkst. Lt arba 10,87 proc. Didžiausią pardavimų dalį sudaro fermentinio sūrio pardavimai (siekia 42,80 - 45,33 proc. visų pardavimų sumos), tai lemia didžiulė sūrių paklausa. Pelnas gautas iš fermentinių sūrių vidutiniškai siekia apie 38282 tūkst. Lt. Įmonės segmentinė pelno analizė parodė dar keletą pelningų prekių grupių, tai sausi pieno produktai bei kitos prekės. Gaunamas pelnas iš sausų pieno produktų išaugo 82,05 proc., o iš kitos produkcijos - 84,55 proc. Rezultatai rodo, kad įmonė tinkamai įvertina produkcijos pelningumą bei atsižvelgdama į rinkos paklausą, kasmet plečia prekių asortimentą bei tikslingai siekia geresnių veiklos rezultatų. Sąnaudų analizė parodė, kad įmonė tinkamai kontroliuoja tiek veiklos sąnaudas, tiek ir savikainos dydį, šie rezultatai teigiamai veikia įmonės pelno didinimo siekimą.

Išanalizavus veiksniai, įtakojančius veiklos pelną, nustatyta, kad per analizuojamą laikotarpį, didelį veiklos pelno padidėjimą (išaugo 7,64 karto arba 19687 tūkst. Lt.) lėmė pardavimo pajamų

10,87 proc. padidėjimas bei veiklos sąnaudų 7,79 proc. sumažėjimas. Vertinant bendrą veiksmų įtaką veiklos pelningumui, galima teigti, kad pokyčiai teigiami. Nors 2008 – 2009 m. veiklos pelningumas sumažėjo 7,43 proc. (dėl sumažėjusių pardavimų įtakos), tačiau sekančių metų (2010 - 2013 m.) duomenų tyrimas parodė kiek kitokias tendencijas, kuomet bendri veiksmų pokyčiai veiklos pelningumą tik didino. Tokie atlikto tyrimo rezultatai leidžia teigti, jog siekiant didesnio veiklos pelningumo yra būtinas pardavimo pajamų didinimas, bei optimalus produkcijos savikainos bei veiklos sąnaudų vertinimas.

Įmonės bendrasis pardavimo pelningumas yra pakankamai stabilus, tai rodo, kad įmonė geba dirbti pelningai iš pagrindinės savo veiklos – gamybos. Grynojo pardavimo pelningumo rodikliai, dėl išlaidų dydžio įtakos, patenkinami. Bendrojo turto pelningumo analizė parodė, kad AB „Žemaitijos pienas“ savo turtą panaudoja pakankamai efektyviai. Akcinio kapitalo pelningumas rodo, kad įmonė uždirbo vidutiniškai 29,75 proc. grynojo pelno vienam akcininkų investuotam litui. Na, o įmonėje nuosavo kapitalo panaudojimas nepakankamai efektyvus.

AB „Žemaitijos pienas“ veiklos sąnaudų, pardavimų savikainos, vidutinės produkcijos kainos bei kiekio tarpusavio ryšio veiklos pelnui koreliacinė regresinė analizė atskleidė, kad tarp veiklos pelno ir sąnaudų, vidutinės produkcijos kainos ir kiekio egzistuoja tiesioginė tiesinė priklausomybė, o tarp veiklos pelno ir savikainos - atvirštinė tiesinė priklausomybė. Labiausiai išryškėjo veiklos pelno ryšys su veiklos sąnaudomis (0,63 - vidutinė koreliacija) ir vidutiniu produkcijos kiekiu (0,22 - silpna koreliacija).

AB „Žemaitijos pienas“ prognozė parodė, kad lyginant su ankstesniais metais, 2015 m. prognozuojamas grynasis pelnas apie 54 proc. Tačiau esant net pesimistinei prognozei, visgi įmonė nepatirtų nuostolių, o gautų pelną. Tai rodo, kad įmonė tinkamai apskaičiuoja pajamų ir sąnaudų santykį. Dėl tinkamai pasirinktos įmonės finansinės politikos, 2015 m. prognozės nėra nuostolingos. Tokie analizės rezultatai leidžia manyti, jog pajamų didinimas bei kaštų mažinimas turi būti pats svarbiausias įmonės uždavinys.

AB „Žemaitijos pienas“ pagrindinių prekių kritinio taško, maksimalaus pelno ir saugumo ribos priklausomybės ryšio modelyje atskleista, jog norint dirbti pelningai, įmonė vidutiniškai turi pagaminti daugiau nei 12341 kg prekių. Kritinis pelningumo taško pajamos yra ties 146844 tūkst. Lt, šviežių pieno produktų ties 71080 tūkst. Lt, sviesto ir tepių riebalų mišinių ties 142635 tūkst. Lt, sausų pieno produktų ties 47797 tūkst. Lt ir ledų ties 66156 tūkst. Lt riba. Maksimalus, kiekvienos prekės duodamas pelnas siekia nuo 535407 tūkst. Lt (sausis pieno produktai) iki 520992 tūkst. Lt (fermentiniai sūriai). Tai rodo, jog sausų pieno produktų gamybai reikalingos daug mažesnės sąnaudos. Skaičiavimai parodė, kad įmonės prekių saugumo riba didelė. Įmonė turi parduoti didelį prekių kiekį (vidutiniškai 82,50 proc., arba 447373 tūkst. Lt), kad jos veikla netaptų nuostolinga.

Rekomendacijos. Siekiant didinti AB „Žemaitijos pienas“ pelną, siūloma pelną didinti modeliuojant parduodamų prekių kiekius su pardavimo kainomis. AB „Žemaitijos pienas“ pagrindinių prekių kritinio taško, maksimalaus pelno ir saugumo ribos priklausomybės ryšio modelis parodė, kad įmonė turi atrasti tinkamą prekių kiekio ir kainos santykį. Kai prekių apimtis bus vidutiniškai padidinta virš 12341 kg, kainos sumažintos bent 1 proc. bei bus neperžengta 82,5 proc. saugumo riba, tuomet tikėtina, jog pardavimai padidės reikiama proporcija, o įmonės pelnas didės. Tokios pelno didinimo alternatyvos įmonei suteiks galimybių sėkmingai plėtoti savo veiklą ateityje.

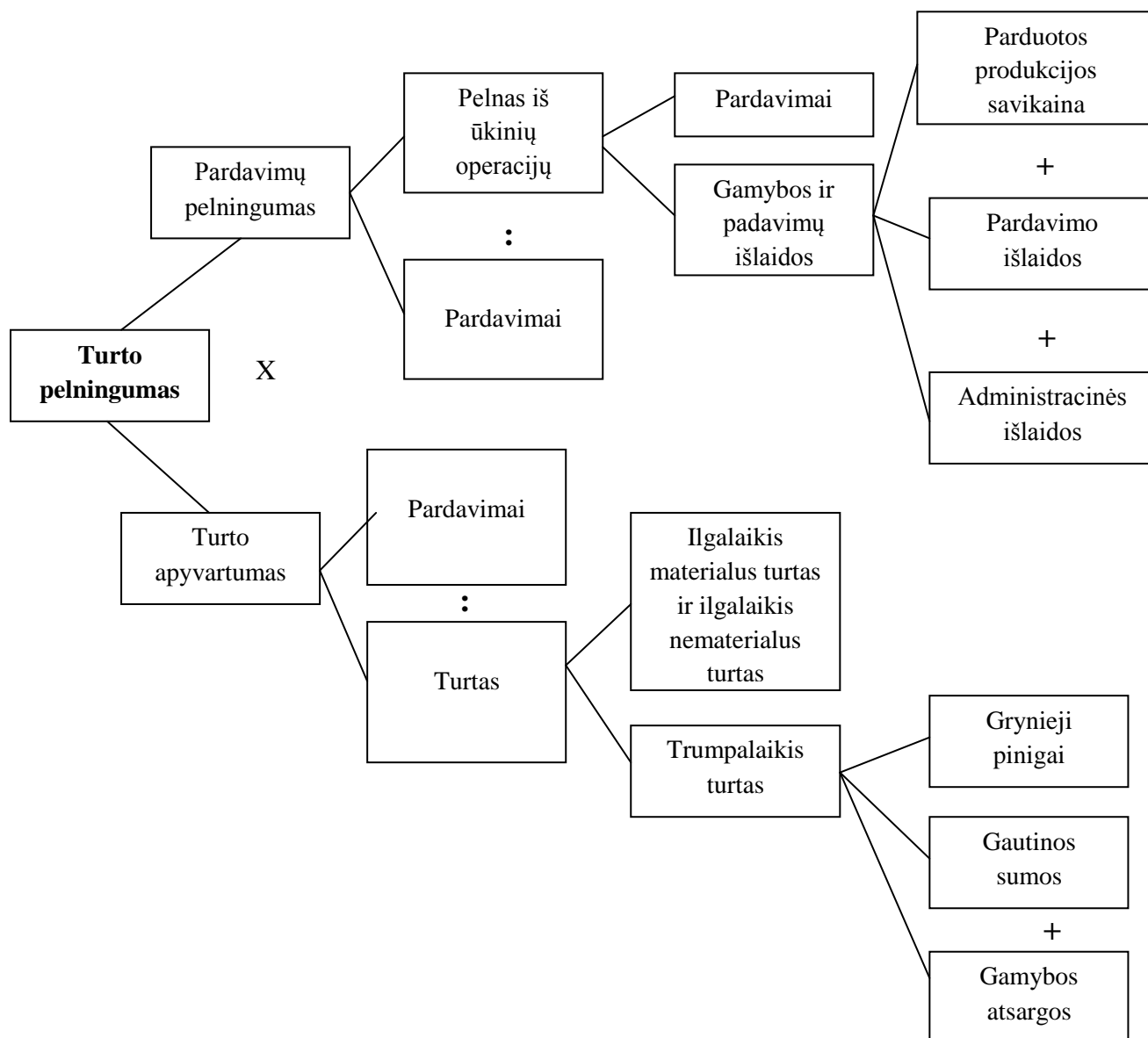
LITERATŪRA

1. Adelman P. L., Marks A. M. *Entrepreneurial Finance*, 4th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, 2007
2. Ainsworth, P., Deines, D., Plumlee, R., Larson C. (1997). *Introduction to Accounting: An Integrated Approach*. USA, 829 p.
3. Aleknevičienė V. (2009). *Įmonės finansų valdymas*. Vadovėlis. Kaunas: Spalvų kraitė.
4. Andrijauskienė, E. (2004). *Įmonių ekonomika*. Vilnius, p. 22.
5. Bagdanavičius J. (1999) *Ekonomikos terminai ir sąvokos: (mokomas žodynas)*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla. 177 p.
6. Bagučiušienė I. (2002). *Pardavimo valdymas: vadovėlis*. Kaunas: Technologija.
7. Bagdzevičiūtė A. (2005) *Kaip prognozuoti pinigų srautus*. Vadovo pasaulis .Nr. 11
8. Bagdžiūnienė, V. (2005). *Įmonių veiklos planavimas ir analizė*. VŠĮ „Conto litera“, p. 155.
9. Bagdžiūnienė, V. (2006). *Įmonių veiklos planavimas ir analizė. Esmė ir verslo situacijos*. Vilnius
10. Bannock G., Baxter R.E., Davis E. (1992) *The Penguin dictionary of economics*. London: Penguin books. 448 p.
11. Bartosevičienė, V. (2005). *Ekonominė statistika*. Kaunas: Technologija.
12. Bernanke, B. (2003) *Principles of Microeconomics*, p. 195
13. Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I. (2005). *Finansų analizė*. Kauno technologijos universitetas
14. Baumol J. W., Blinder S. A. (2009) *Economics: Principles and Policy*. 825 p
15. Baumol J. W., Blinde S.A. (2004). *Macroeconomics: Principles and Policy*. South-Western Pub, p. 124.
16. Bernanke, B. (2003) *Principles of Microeconomics*, p. 195.
17. Bichop M. (2004). *Essential Economics by EIU: Economist Intelligence unit*. US: Bloomberg Press. p.209
18. Buhalterinis pelnas. Prieiga per internetą: < <http://e-terminai.lt/ekonomika/buhalterinis-pelnas> > (Žiūrėta 2015-02-27).
19. Carte N. (2005), *The maximum achievable profit method of patent valuation*. *International Journal of Innovation&Technology Managment*. No.2. p.135-151.
20. Černius G., Paškevičius A., Starkevičiūtė M. (1995) *Įmonių finansinė analizė. Rodiklių apskaičiavimo metodika // Nacionalinė vertybinių popierių birža, Lietuvos centrinis vertybinių popierių depozitoriumas*.
21. Davulis, G. (2009). *Ekonomikos teorija: vadovėlis aukštųjų mokyklų studentams: antroji papildyta ir pataisyta laida*. – Vilnius: Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras. – 432 p. – ISBN 978-9955-19-112-4.
22. Daujotaitė, D. *Finansinis auditas: mokomoji knyga*. Vilnius: Vilniaus verslo aukštosios mokyklos leidyba, 2006
23. Dierker E., Glodal B. (1996), *Profit maximization mitigates competition*. *Economic Theory*. No.7. p.139-160.
24. Dutta P. K., Radner R. (1999). *Profit Maximization and the Market Selection Hypothesis*. *The Review of Economic Studies*, Vol. 66, No. 4, p. 769-798.
25. *Ekonominis pelnas*. Prieiga per internetą: < <http://e-terminai.lt/ekonomika/ekonominis-pelnas> > (Žiūrėta 2015-02-27).
26. Gandar J., Loschky D. (1995). *The Impact of the Paasche-Laspayres Choice Upon Econometric Results*. *Empirical Economics* 20:265-269. USA.
27. Gekas V. (2002). *Marža . Albai didelis pelnas*. Vadovo pasaulis. Nr. 10, p. 16 - 21.
28. Gronskas, V. (1997). *Prekinės verslininkystės rizika: mokomoji knyga*. – Kaunas: Technologija. – 115 p. – ISBN 9986-13-567-2.
29. Gupta P. (2005). *Šešios sigmos verslo sėkmei valdyti*. Vilnius. Vaga.
30. Gwartney D. J., Stroup, L. R., Sobel S. R., Macpherson A. D. (2006) *Economic: Private and Public Choice*, 11 th edition. 760 p.
31. Heather B. (2006) *Dictionary of economics: over 3000 terms clearly defined*. London: A & C Black. 220 p.
32. FIFO metodas. Prieiga per internetą: < <https://managementmania.com/cs/highest-in-first-out> > (Žiūrėta 2014-12-10).
33. Hofstrand D. (2006). *Understanding Profitability*. Prieiga internete: <http://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/html/c3-24.html> (Žiūrėta: 2014 06 14).
34. *Įmonės ūkinės - finansinės veiklos analizės formavimo metodai*. Prieiga per internetą: < www.finansai.tripod.com > (Žiūrėta 2015-02-20)
35. *Įmonės vertės didinimo priemonės*. Prieiga per internetą: < <http://www.verslobanga.lt/lt/leidinys.full/3c146483bd25c> > (Žiūrėta 2015-02-20).
36. Young D.K., Shumway R.C., Goodwin H.L. (1990), *Profit maximization – does it Malter?* *Agribusiness*. Vol.6. No.3.p. 238-253.
37. FIFO metodas. Prieiga per internetą: < <http://e-terminai.lt/ekonomika/fifo-paskutinis-gautas-pirmasis-parduotas-metodas> > (Žiūrėta 2014-12-10).
38. Jakutis, A., Petraškevičius, V., Stepanovas, A., Šečkutė, L., Zaicev, S. (2005). *Ekonomikos teorija*. Vilnius, p. 34.

39. Jurkšaitienė D., Juozapavičienė A. (2008). Įmonių vertės kūrimą ir jos valdymą atspindintys vertės matai. *Ekonomika ir vadyba* (13). Vilnius.
40. Juozaitienė L. (2007). Įmonės finansai: analizė ir valdymas: vadovėlis. – Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla. – 418 p. – ISBN 978-9986-38-792-3
41. Kalčinskas G. Buhalterinis apskaitos pagrindai (5-oji laida).–Vilnius: UAB “Paiolis”, 2003.
42. Lehtinen, J. (1996). Financial Ratios in an International Comparison. Validity and Reliability – VAASA Universitas Wasaensis, 61 p.
43. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 955, 1998. Prieiga per internetą: < [www.vmi.lt/cms, dokuments/10174/8243165/](http://www.vmi.lt/cms/dokuments/10174/8243165/) (Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 955, 1998)> (Žiūrėta 2015-02-20).
44. LIFO metodas. Prieiga per internetą: < <http://e-terminai.lt/ekonomika/lifo-paskutinis-gautas-pirmasis-parduotas-metodas> > (Žiūrėta 2014-12-10).
45. Lydeka Z., Drilingas B. (2002). Fimos ekonomikos pagrindai. Vilnius: Pačiolis.
46. Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998). Finansinė analizė. Vilnius: Katalikų pasaulis.
47. Mackevičius, J. (2005) Įmonių veiklos analizė. Monografija: Vilnius, p. 175.
48. Mackevičius J.(2006). Finansinių santykinių rodiklių skaičiavimas ir grupavimas. *Ekonomika*.Nr. 75, p. 20 . 31.
49. Mackevičius, J., Molienė, O., Poškaitė, D. (2008) Bendrojo pardavimų pelningumo kompleksinės analizės metodika. *Ekonomika*. Nr. 81, p. 74 – 89.
50. Mačernienė D. Atsargų apskaitos praktiniai aspektai. Apskaitos, audito ir mokesi aktualijos. - 1998, birželio 2.
51. Mankiw N. G. (2008) Principles of economics. 5 th edition. 872 p.
52. Martinkus B. , Žilinskas V. (1997). Ekonomikos pagrindai. Kaunas: Technologija.
53. Molienė O. (2004). Statistika. Mokomoji knyga.
54. Obi C. P. (1999). Verslo finansų pagrindai. Kaunas: Technologija.
55. Pass, C., Lowes, B., Davies, L. (1997). Ekonomikos terminų žodynas. Vilnius.
56. Patackaitė J. (2008) Įmonės finansinė analizė [interaktyvus]. Klaipėda: Socialinių mokslų kolegija.
57. Pelnas. Prieiga per internetą: <<http://www.pajamos.lt/zodynas/pelnas.html>> Žiūrėta (2014-10-22).
58. Pelno didinimo galimybės (angl. profit improvement opportunities). Prieiga per internetą: <<http://www.culture.lt/stud/files/805at266.rtf?PHPSESSID=a89fc2b41cdf06fd> > (Žiūrėta 2014-11-24).
59. Petkuvienė J. (2005). Kaip skaityti finansinę atskaitomybę? Apskaitos, audito mokesčių aktualijos. Nr. 42 (378).
60. Poškaitė D., Novikovas M. (2006). Pelningumo rodiklių naudojimas siekiant nustatyti sandorių tarp asocijuotų asmenų kainodarą. *Ekonomika*. Nr. 76.
61. Qingbin, C. (2005). A dynamic model for profitability analysis of construction firms: towards complexity, learning and uncertainty. A dissertation submitted to the faculty of Purdue University, p.9.
62. Ruchovienė D. (1998) Pirminių finansinės analizės būdų taikymo ypatybės. *Ekonomika ir vadyba* – 98.
63. Snieška V., Ambrasienė I., Bernatonytė D. (2001) Mikroekonomika: vadovėlis aukštųjų mokyklų studentams. Kaunas: Technologija. 293 p.
64. Svertinio vidurkio metodas. Prieiga per internetą: <<http://www.xn--ratija-ckb.lt/lbtb/Lietuvos-banko-termin%C5%B3-baz%C4%97/svertinio-vidurkio-metodas>>. (Žiūrėta 2014-02-10).
65. Šlekienė D., Klimavičienė J. (2000). Įmonės veiklos finansinis vertinimas. Kaunas: Technologija.
66. Tarptautinis apskaitos standartas (2002). Vilnius.
67. Thompson O. (1997). Can we possible argue with the objektive? Profit otimization.
68. Urniežius, R. (2004). Ūkinės veiklos ekonominė analizė. Vilnius: Ekonomikos mokymo centras
69. 3 - Verslo Apskaitos Standartas (2006). VAS.
70. Vainienė R. (2008). Ekonomikos terminų žodynas. Vilnius: Tyto alba.
71. Zinkevičienė, D. (2004). Pajamų samprata ekonomikoje ir apskaitoje. Tiltai. Nr.1 Klaipėda, p.30.

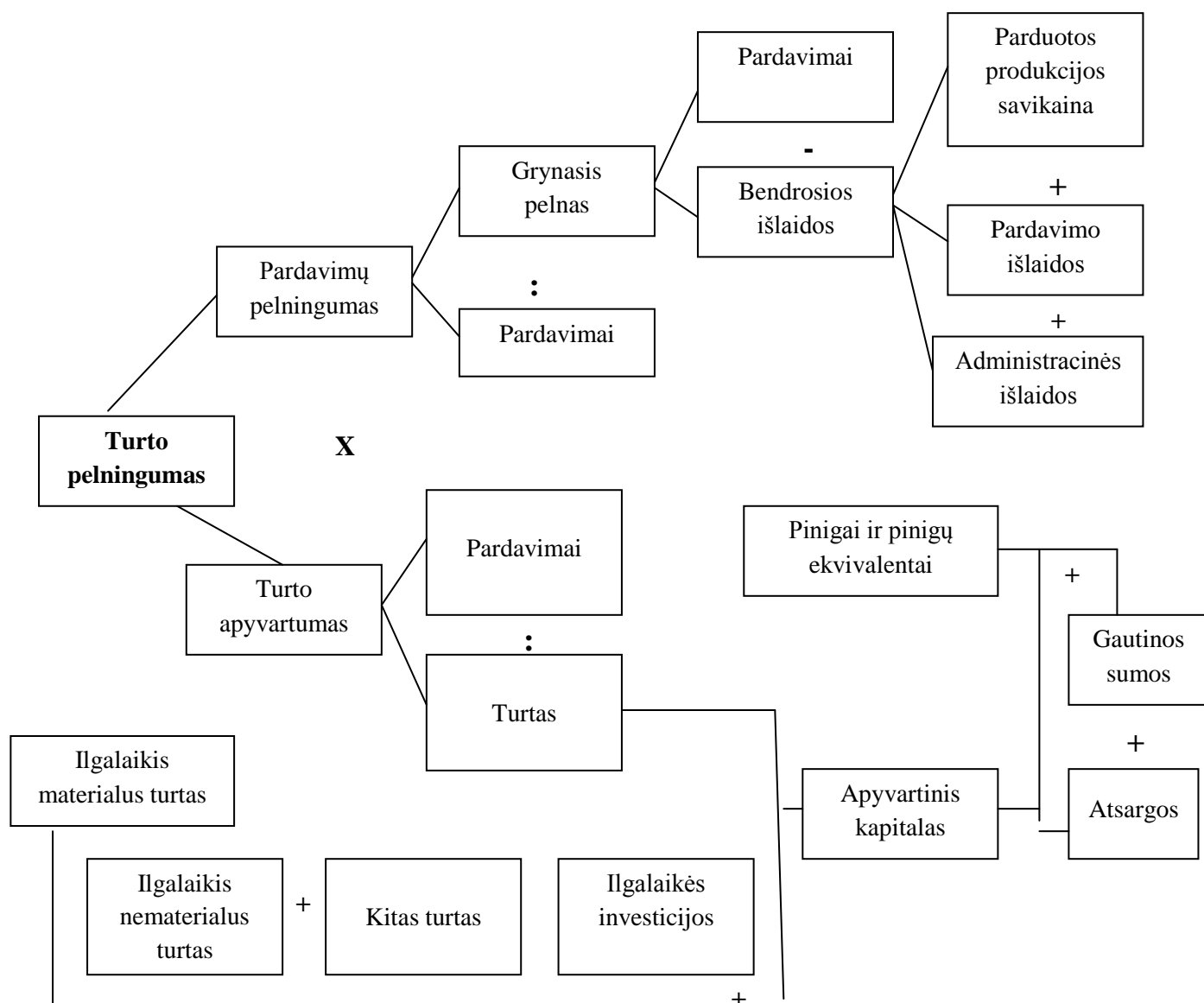
PRIEDAI

Turto pelningumo piramidinė analizė pagal R. Schattke ir H. Jensen



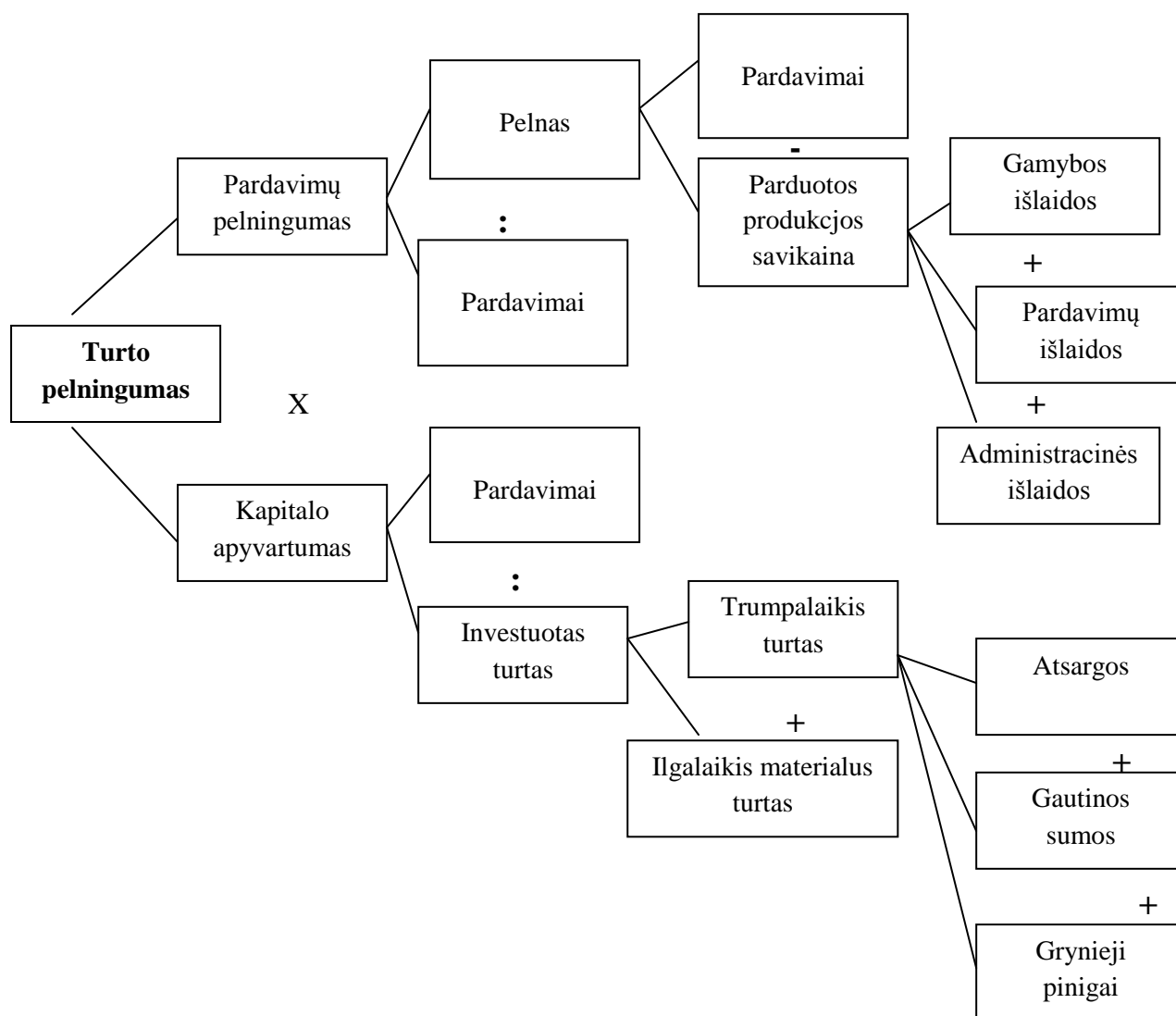
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis J. Mackevičiaus. Finansinių santykinių rodiklių skaičiavimas ir grupavimas. Ekonomika, 2006.

Turto pelningumo piramidinė analizė pagal L. Berstein



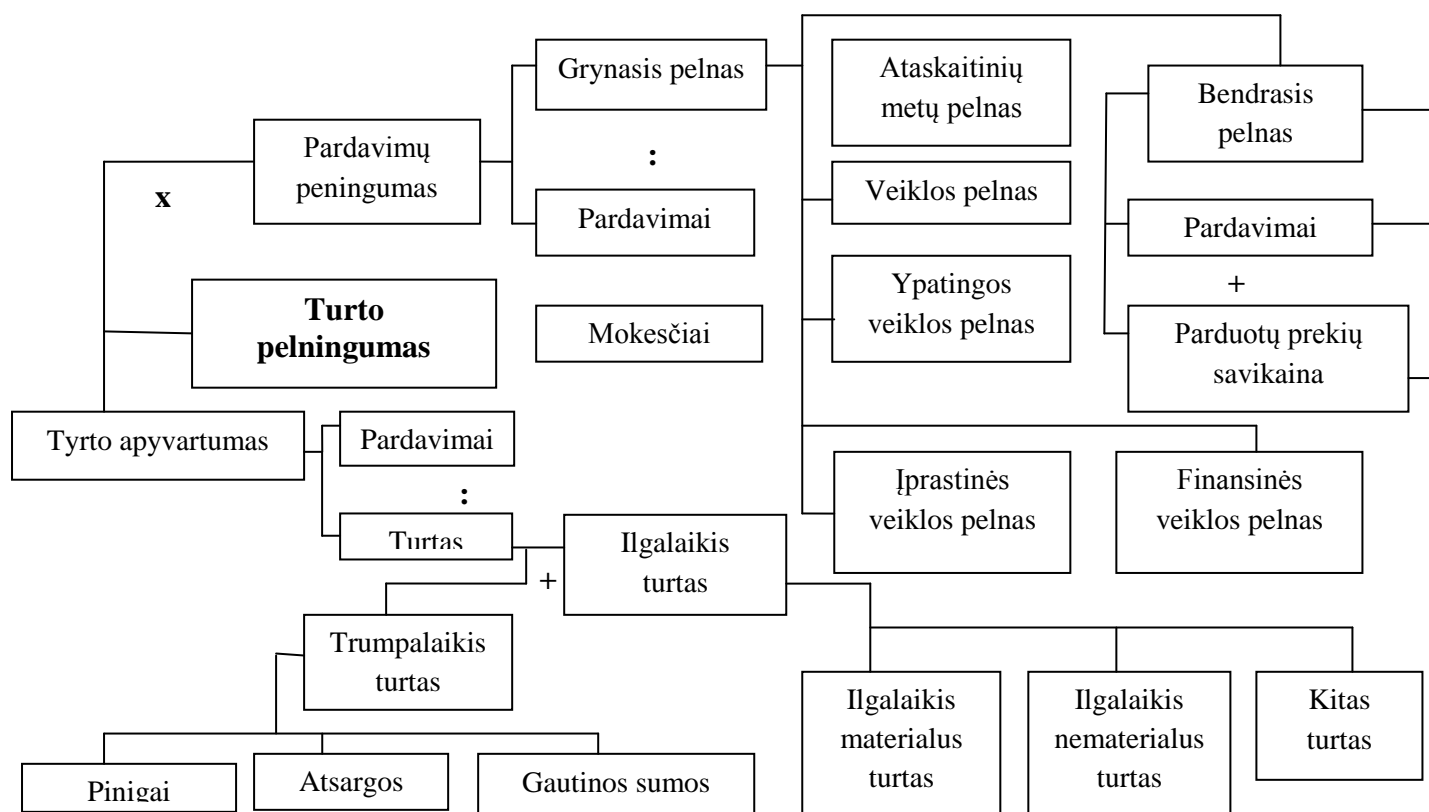
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis J. Mackevičiaus, D. Poškaitės. Turto pelningumo analizės metodikos/Organizacijos vadyba:Ssteminiai tyrimai, 1999.

Turto pelningumo piramidinė analizė pagal R. Wilson ir G. McHugh



Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis J. Mackevičiaus. Finansinių santykinų rodiklių skaičiavimas ir grupavimas. Ekonomika, 2006.

Turto pelningumo piramidinė analizė pagal Du Ponto, remiantis lietuviška atskaitomybe



Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis L. Juozaitienė. Įmonės finansai: analizė ir valdymas. ŠUL, 2007