

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS**  
**SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS**  
**EKONOMIKOS KATEDRA**

**Ernesta KLEZYTĖ**  
Ekonomikos magistrantūros studijų studentė

**UAB „LIETUVOS DUONA“ PELNO**  
**MAKSIMIZAVIMO MODELIAVIMAS**

Magistro darbas

Šiauliai, 2015

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS**  
**SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS**  
**EKONOMIKOS KATEDRA**

**Ernesta KLEZYTĖ**

**UAB „LIETUVOS DUONA“ PELNO**  
**MAKSIMIZAVIMO MODELIAVIMAS**

Magistro darbas  
Ekonomika (EKM13),

**Darbo vadovė:**  
**doc. dr. A. LILEIKIENĖ**

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

---

(Studento parašas)

Klezytė, E. (2015). UAB „Lietuvos duona“ pelno maksimizavimo modeliavimas: universitetinių pagrindinių studijų Ekonomikos programos baigiamasis darbas / baigiamojo darbo vadovė doc. dr. A. Lileikienė. Šiaulių universitetas, Ekonomikos katedra, 72 p. (81 p.).

## SANTRAUKA

Magistro baigiamajame darbe remiantis užsienio ir Lietuvos autorių teorija ir metodika, analizuojamas pelnas, pelningumas, jų struktūra, išgryninta pelno ir pelningumo didėjimo reikšmė įmonei, susisteminti ir nustatyti pelną ir pelningumą vertinantys metodai, bei apibendrinti veiksniai turintys įtakos pelno ir pelningumo įmonėje pokyčiams. Atlikta analizė leidžia įmonių vadovams matyti pelno analizės svarbą ir jos teikiamą naudą išvengiant nuostolių dėl galimos verslo rizikos ar neteisingai traktuojamų rodiklių pokyčių priežasčių. Norint išanalizuoti UAB „Lietuvos duona“ pelną atlikta pelno horizontalioji analizė, tačiau didžiausias dėmesys skiriamas pelno segmentinei analizei, kadangi ji suteikia platesnę informaciją, ir pagal produktus analizuojamos pelno didėjimo galimybės yra tikslesnės. Taip pat skaičiuojami pelningumo rodikliai bei analizuojami jų pokyčiai. Norint išsamiau išanalizuoti pelnui turinčius įtakos veiksnius, atlikta regresinė analizė, pasirenkant tiek vidinius, tiek išorinius veiksnius, kurie gali lemti įmonės pelną. Taip pat įvertintos pelno ir pelningumo didėjimo galimybės atliekant ekonominės pridėtinės vertės skaičiavimus, analizuojant pagrindinius produktus pagal ribinę analizę bei atliekant pelno lūžio taško analizę. Norint nustatyti galimas rodiklių reikšmes kitiems periodams atliktas prognozavimas, remiantis scenarijų analizės metodika. Atliktas darbo tyrimas leido daryti išvadas, kad įmonės pelną daugiausia lemia pardavimo pajamos, atskirų pelningų gaminių savikaina ir kainų pokyčiai. Todėl norint, jog pelnas, o tuo pačiu ir pelningumas, turėtų didėjimo tendenciją, įmonei reiktų didžiausia dėmesį skirti būtent šių veiksnių kontrolei, didinti pagrindinių produktų kainas bei pardavimo apimtį. Darbe iškelta mokslinio tyrimo hipotezė pasitvirtino, ir galime teigti, kad pelno maksimizavimo modelis sudarytas pagal ribinės analizės metodiką, geriausiai leidžia matyti kokia turi būti produktų apimtis ir kaina, kad įmonė galėtų gauti maksimalų pelną. Kadangi ši analizė atskleidė, kad įmonė turi didelį potencialą didinti savo pelno apimtį, tiek didinant pelningiausių produktų apimtį, tiek didinant tų produktų kainas.

**Raktiniai žodžiai:** pelnas, pelningumas, pelno maksimizavimas.

Klezytė E. (2015). UAB „Lithuanian bread“ profit maximization modeling: university undergraduate studies Economics program thesis / Final project leader Doc. dr. A. Lileikienė. University, department of Economics, page 72 (81).

## SUMMARY

Master's thesis on the basis of foreign Lithuanian authors theory and methodology, analysis profit, profitability, their structure, purified profits and profitability increase in value of the company structure and identify the profits and profitability of evaluating the secondary, and a summary of the factors affecting the profits and profitability of the company changes. Deferred analysis allows the company managers see benefit analysis importance and benefits of avoiding losses potential business risks or incorrectly treated indices reasons. In order to analyze the UAB „Lithuanian bread“ profits made profits horizontal analysis, however focus on profit lines on faceted analysis, since it provides a valuable information and product analyzes profit growth options it is more accurate. As well as profitability indicators are calculated and analyzed their changes. In order to further analyze the factors affecting profits, delayed regression analysis, the choice of both internal and external factors so who can lead companies complete. It is also estimated profits and increase profitability options during the economic value-added, the analysis of the main products based on the marginal analysis and the break-even point analysis. In order to identify possible indicators for values other periods made the prediction based on a scenario analysis methodology. Work carried out research allowed to draw conclusions, that's of corporate profits largely determine sales exceptional costs of individual profitable product cost and price changes. Therefore, in order for the gain, and thus the profitability, should the upward trend, the company should focus on precisely these factors control, increasing commodity prices and sales volumes. Research work raised the hypothesis proved correct, and we can say, that's profit maximization model drawn up based on the marginal analysis techniques are best placed to see what must be the product of volume and price that company could receive a maximum full version. This annex is deleted analysis revealed that company has great potential to increase their profit volumes, both by increasing the volume of the most profitable products, so increasing the prices for those products.

**Keywords:** profit, profitability, profit maximization.

## TURINYS

ĮVADAS .....	10
1. PELNO IR PELNINGUMO SAMPRATA TEORINIU ASPEKTU .....	13
1.1. Pelno samprata ir ekonominė reikšmė .....	13
1.2. Pelningumo nustatymo metodologiniai aspektai .....	20
1.3. Pelną lemiantys veiksniai.....	25
1.4. Pelno didėjimo, jo maksimizavimo svarba įmonėje ir metodų pritaikomumas.....	27
2. UAB „LIETUVOS DUONA“ VEIKLOS PELNINGUMO ANALIZĖ .....	35
2.1. Tyrimo metodika.....	35
2.2. UAB „Lietuvos duona“ veiklos charakteristika.....	36
2.3. UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno ir pelno segmentinis tyrimas .....	38
2.4. UAB „Lietuvos duona“ pelningumo rodiklių tyrimas .....	49
2.5. UAB „Lietuvos duona“ pelno maksimizavimo galimybės.....	54
3. UAB „LIETUVOS DUONA“ PELNO MAKSIMIZAVIMO MODELIS.....	59
IŠVADOS.....	66
LITERATŪRA .....	69
PRIEDAI .....	72
1 priedas UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaita 2005 – 2014 m.....	73
2 priedas Duomenys sezoniškumo indeksams apskaičiuoti.....	74
3 priedas Didžiausią apyvartą sudarantys produktai ir iš jų uždirbamos pajamos.....	75
4 priedas Pelningumo skaičiavimai.....	76
5 priedas Statistinio reikšmingumo tikrinimas.....	77
6 priedas Ribinės analizės skaičiavimai.....	79
7 priedas Lūžio taško kaitą lemiantys veiksniai.....	81

## LENTELIŲ SĄRAŠAS

<b>1.1 lentelė</b>	Buhalterinio ir ekonominio pelno skaičiavimas .....	15
<b>1.2 lentelė</b>	Padariniai, apskaičiavus netikslių pelno sumą .....	17
<b>1.3 lentelė</b>	Pelningumo skaičiavimams naudojamos formulės .....	22
<b>1.4 lentelė</b>	Veiksniai, turintys įtakos bendrojo pelno dydžiui ir jų tarpusavio ryšys .....	26
<b>1.5 lentelė</b>	Reikalavimai rodikliams, pagal kuriuos vertinama įmonė .....	31
<b>2.1 lentelė</b>	Darbuotojų skaičiaus pokytis 2005 – 2014 m. ....	37
<b>2.2 lentelė</b>	Pardavimo pajamų struktūra procentais nuo pardavimo pajamų.....	40
<b>2.3 lentelė</b>	Sezoniškumo indeksai pagal pardavimo pajamas.....	40
<b>2.4 lentelė</b>	Produktų pardavimai pagal prekybos centrus .....	47
<b>2.5 lentelė</b>	Savikainos struktūra 100 kg. ....	47
<b>2.6 lentelė</b>	UAB „Lietuvos duona“ grynąjį pardavimų pelningumą lemiantys veiksniai 2010 – 2011m.....	52
<b>2.7 lentelė</b>	UAB „Lietuvos duona“ grynąjį pardavimų pelningumą lemiantys veiksniai 2011 – 2012m.....	52
<b>2.8 lentelė</b>	UAB „Lietuvos duona“ grynąjį pardavimų pelningumą lemiantys veiksniai 2012 – 2013m.....	53
<b>2.9 lentelė</b>	UAB „Lietuvos duona“ ekonominė pridėtinė vertė 2005 – 2013 m.....	54
<b>2.10 lentelė</b>	Analizuojamų rodiklių ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė .....	55
<b>3.1 lentelė</b>	„Šeiminkės duona“ ribinės analizės duomenys.....	59
<b>3.2 lentelė</b>	Ribinės analizės gautų rezultatų palyginimas su faktinėmis reikšmėmis.....	60
<b>3.3 lentelė</b>	„Senolių duona“ ribinės analizės duomenys .....	60
<b>3.4 lentelė</b>	Ribinės analizės gautų rezultatų palyginimas su faktinėmis reikšmėmis.....	61
<b>3.5 lentelė</b>	2014 m. pajamų lūžio taškas .....	62
<b>3.6 lentelė</b>	2014 m. gamybos lūžio taško nustatymas .....	62

## PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

<b>1.1 pav.</b> Pelno susidarymo šaltiniai.....	16
<b>1.2 pav.</b> Ekonominės prodėtinės vertės susidarymo metodika.....	19
<b>1.3 pav.</b> Ekonominės pelno reikšmės vertinimas pagal interesų grupes .....	20
<b>1.4 pav.</b> Pelno ir rizikos ryšys .....	28
<b>1.5 pav.</b> Pelno didinimo rezervai .....	29
<b>2.1 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ nuosavo kapitalo reikšmės 2005 – 2014 m.....	38
<b>2.2 pav.</b> Pardavimo pajamų, savikainos, bendrojo pelno ir grynojo pelno rodiklių dinamika 2005 – 2013 m.....	39
<b>2.3 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ ir ūkio šakos grynojo pelno palyginimas 2005 – 2013 m.....	41
<b>2.4 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno kitimą lemiantys veiksniai .....	42
<b>2.5 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ pajamų dalis bendrose pajamose pagal dešimt didžiausių apyvartą sudarančių produktų .....	44
<b>2.6 pav.</b> Didžiausių apyvartą sudarančių produktų paklausos svyravimai pakitus kainoms 2011 m. gegužės - liepos mėnesiais.....	45
<b>2.7 pav.</b> Didžiausių apyvartą sudarančių produktų paklausos svyravimai pakitus kainoms 2013 m. sausio - kovo mėnesiais .....	46
<b>2.8 pav.</b> Savikainos struktūros procentinė dalis pagal produktus .....	48
<b>2.9 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ pardavimų pelningumo rodiklių dinamika 2005 – 2013 m. ....	49
<b>2.10 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ grynojo pelningumo palyginimas su šakos grynuoju pelningumu 2005 – 2013 m. ....	50
<b>2.11 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelningumo palyginimas su šakos bendruoju pelningumu 2005 – 2013 m.....	51
<b>2.12 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ turto ir nuosavo kapitalo pelningumo reikšmės 2005 – 2013 m.....	53
<b>2.13 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ nuosavo kapitalo ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė..	56
<b>2.14 pav.</b> UAB „Lietuvos duona“ pardavimo pajamų ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė	57

<b>2.15 pav.</b> UAB “Lietuvos duona” vidutinio gyventojų darbo užmokesčio ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė.....	57
<b>2.16 pav.</b> UAB “Lietuvos duona” namų ūkių išlaidų maistui ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė.....	61

## ŽODYNAS

Pateikiamos baigiamajame darbe naudotos sąvokos, pagal : Vainienė, R. (2008). Ekonomikos terminų žodynas.

### A

**Apyvarta** - bendrosios įmonės įplaukos už parduotas prekes ir paslaugas per tam tikrą laikotarpį, ketvirtį ar metus. Tai yra parduotų prekių ar paslaugų ir jų kainos sandauga.

### E

**Efektyvumas** - Išteklių panaudojimo veiksmingumas, kai norimas rezultatas pasiekiamas mažiausiomis įmanomomis sąnaudomis arba naudojant turimus išteklius pasiekiamas maksimalus įmanomas rezultatas.

**Elastingumas** - Dviejų reiškinių tarpusavio priklausomybės pobūdis. Terminas dažniausiai vartojamas apibūdinti tam tikros prekės paklausos priklausomybę nuo kainos ir nuo vartotojo pajamų.

### I

**Ilgalaikis turtas** - Tai ilgiau kaip metus įmonės naudojamas turtas – pastatai, įrenginiai ir kt., kurie daugelį kartų naudojami gamybos ir aptarnavimo procesuose.

**Indeksas** - Pokyčiui matuoti vartojamas statistinis rodiklis, apskaičiuojamas kaip santykis tarp duomens reikšmės esamu metu, palyginti su praėjusiu arba baziniu laikotarpiu.

**Išlaidos** - Įmonės padarytos per tam tikrą ataskaitinį laikotarpį piniginės išlaidos, turto bei paslaugų sunaudojimas, taip pat atsiradusios skolos, susijusios su įmonės ūkine veikla.

### K

**Koreliacinė analizė** - Dviejų ar daugiau dydžių, reiškinių ar procesų tarpusavio priklausomybė.

### M

**Modeliavimas** - tiriamojo objekto savybių pakartojimas kitame objekte (modelyje) norint geriau pažinti tiriamąjį objektą. Modelis turi būti panašus į tiriamąjį objektą fizinėmis arba funkcinėmis savybėmis.

### P



**Pajamos** - Įmonės ar asmens gaunamos lėšos kaip atlygis už darbą, pastangas ar kaip investicijų grąža.

**Pelnas** - Įmonės gaunamų pajamų ir patiriamų sąnaudų skirtumas.

**Pelningumas** - Įmonės veiklos efektyvumo, vertybinių popierių ar jų portfelio pajamingumo vertinimas lyginant uždirbtą pelną ar pajamas (dividendus, palūkanas) su tam tikru pasirinktu dydžiu – apyvarta, kapitalu, akcijos nominaliąja verte.

**Prognozavimas** - Ateities reiškinų ir rodiklių dydžių numatymo būdas.

R

**Regresinė analizė** - statistikos metodas apskaičiuoti tokiai lygčiai, kuri geriausiai tinka priklausomųjų ir nepriklausomųjų kintamųjų stebėjimų eilėms.

**Ribinė analizė** - Skirtingų galimų sprendimų išlaidų ir pajamų įvertinimo būdas, stebint, kaip kinta išlaidos ir pajamos, kai nežymiai pakeičiamos kiekvienos alternatyvos pradinės sąlygos.

**Sąnaudos** - Prekių gamybos, paslaugų teikimo metu sunaudotų ekonominių išteklių vertinė išraiška.

**Savikaina** - Prekės pagaminimo ar paslaugos suteikimo sąnaudos.

U

**Uždaroji akcinė bendrovė** - Akcinė bendrovė, kurios akcijos nekotiruojamos biržoje.

## ĮVADAS

Vis sparčiau vystantis naujoms verslo šakoms ir didėjant tarpusavio konkurencijai, įmonėms tampa vis svarbesnis ir sunkiai išsprendžiamas klausimas, kaip pasiekti didesnių pelno apimčių, nes tai ne tik padeda išlikti ilgiau rinkoje, bet ir suteikia didesnių galimybių plėsti įmonės veiklą ar gerinti jau esamas veiklos sritis. Pelnas tai ne tik kaip finansinis įmonės rodiklis, tačiau jis atlieka ir skatinimo funkciją, tiek įmonės vadovams, tiek ir darbuotojams. Tačiau kiekvienas verslas yra susijęs su tam tikra rizika, todėl tai tik įrodo tai, jog būtina analizuoti visus įmonės finansinius rodiklius, ypač pelno sudėtį, norint išvengti įmanomų pasekmių. Veiklos riziką padidina ir įmonės veikla ne tik Lietuvos teritorijoje, bet ir produkciją eksportuojant. Taigi, norint sėkmingai veikti ir bendradarbiauti su užsienio klientais įmonė privalo žinoti savo veiklos galimybes bei perspektyvas.

**Problema:** Įmonių vadovai vis dar skiria mažai dėmesio pelno ir pelningumo rodiklių analizei, kadangi manoma, kad tai nėra prioritetas įmonės veiklos stebėjimo ir priežiūros uždavinyje, dėl reikalingų didesnių sąnaudų, papildomų darbuotojų, kvalifikacinių žinių bei analitinės informacijos svarbos nesuvokimo. Reikėtų pastebėti ir tai, kad susiduriama su per dideliu vadovų užmoju siekti maksimalaus pelno neįvertinant galimų pasekmių, kadangi dažnai naudojamos ir priimant sprendimus remiamasi ne atlikta pelno analize, o subjektyviu požiūriu. Tačiau įmonių bankrotai, pelno apimčių mažėjimas, neišnaudojimas visų galimybių bei perspektyvų tik patvirtina tai, kokia svarbi yra pelno analizė, nes ji padeda anksčiau pastebėti neigiamus veiksnius įmonėje ir sudaryti strategijas bei modelius įmanomam pelno maksimizavimui.

**Darbo aktualumas:** Duonos gamybos įmonėms sunku įsitvirtinti rinkoje, dėl didelės konkurencijos ir oligopolinių duonos gamybos rinkos bruožų, todėl tokioms įmonėms būtina išsami pelno ir pelningumo analizė bei pelno maksimizavimo būdų išskyrimas, norint išlikti ir dirbti pelningai rinkoje. Taip pat įmonei labai svarbu apibrėžti ir tikslingai interpretuoti kiekvieno iš jos prekiaujamų produktų reikšmę pelnui ir pelningumui. Dėl šių priežasčių įmonei pelno maksimizavimo analizė suteiks naudingos informacijos ne tik įmonės finansinės būklės atžvilgiu, bet ir suteiks galimybę pasinaudoti sudarytais modeliais norint padidinti savo pelno apimtį. Siekdamas efektyviai valdyti savo įmonę, vadovas privalo nuolat analizuoti, planuoti ir vertinti

vykdomą veiklą. Todėl tam tikslui taip pat svarbu teisingai apskaityti turimą turtą, kapitalą, gaunamas pajamas ir patiriamas išlaidas. Klaidingai sukaupia informacija duos iškreiptus analizės rezultatus ir vadovas priims neteisingą finansų valdymo sprendimą. Taip pat daugybė mokslinės literatūros autorių išskiria skirtingus pelno maksimizavimo būdus, kurie leidžia įmonei rinktis iš įvairesnių pelno didėjimo būdų, kas leidžia pasiekti, dar geresnių rezultatų, tačiau būtina kiekvienai įmonei naudoti pagal jos veiklos sritį ir galimybes labiausiai atitinkantį metodą.

**Tyrimo objektas:** AB „Lietuvos duona“ 2005 – 2014 metų pelno analizė ir jo maksimizavimas.

**Darbo tikslas:** Atlikti UAB „Lietuvos duona“ pelno analizę ir sudaryti maksimalaus pelno modelį.

**Darbo uždaviniai:**

1. Išanalizuoti pelno reikšmingumą bei pelno maksimizavimo galimybių teorinius aspektus;
2. Atlikti UAB „Lietuvos duona“ pelno bei pelningumo rodiklių analizę 2005 – 2014 m., siekiant nustatyti rodiklių kitimo priežastis;
3. Atlikti UAB „Lietuvos duona“ segmentinę pelno analizę;
4. Išanalizuoti UAB „Lietuvos duona“ pelno didinimo galimybes;
5. Sudaryti UAB „Lietuvos duona“ pelno maksimizavimo modelį.

**Tyrimo hipotezė:** Ribinės analizės pagrindu paremtas pelno maksimizavimas, derinant produktų pardavimo kiekius ir kainas, leidžia tinkamiausiai apibrėžti pelno didėjimo galimybes.

**Tyrimo metodai:** siekiant įvertinti pelną, pelningumą ir jų pokyčius baigiamojo darbo teorinėje dalyje atlikta mokslinės literatūros analizė, pagal įvairių Lietuvos ir užsienio autorių pateiktas teorijas, informacijos sisteminimas ir apibendrinimai. Praktinėje dalyje atlikta įmonės PNA horizontalioji analizė, naudojami indeksų metodai, santykinų rodiklių analizė, faktorinė analizė, segmentinė analizė, grandininių keitimų metodas, regresinė analizė, ribinė analizė, pelno lūžio taško nustatymo metodai ir scenarijų analizė.

**Tyrimo rezultatų praktinė reikšmė:** Atliktas mokslinis darbas analizuojant UAB „Lietuvos duona“ pelno didėjimo problematiką leidžia įvertinti ir išsamiai išanalizuoti pelną, jo sudėtį, ir pagal sudarytą modelį padidinti gaunamą pelno sumą. Taip pat tai, kad analizuojamoje įmonėje nėra atliekami jokie pelno sudėties ir jo didinimo tyrimai, patvirtina tyrimo praktinį reikšmingumą, kadangi įmonė galės naudotis atlikta analize ir sudarytu pelno didinimo modeliu. Taip pat laiku pastebėti galimus išorinių ir vidinių veiksnių grėsmes dėl pelno apimčių mažėjimo bei gerinti pelningumo rodiklių reikšmes.

**Mokslinio darbo tyrimo struktūra:** Baigiamąjį darbą sudaro trys dalys: konceptualioji, tiriamoji ir konstruktyvioji dalis. Pirmoje teorinėje dalyje analizuojamas pelnas, jo struktūra, ekonominė reikšmė, veiksniai turintys įtakos pelno ir pelningumo įmonėje pokyčiams, pelno ir

pelningumo didėjimo reikšmė įmonei, ir pelną bei pelningumą vertinantys metodai. Antroje tiriamojoje darbo dalyje atliekama pelno horizontalioji analizė, pelną lemiančių veiksnių analizė segmentinės analizės pagrindu. Atsižvelgiama į sezoniskumą pagal indeksų skaičiavimo metodiką, analizuojami produktų pardavimo centrai. Taip pat skaičiuojami pelningumo rodikliai, bei analizuojami jų pokyčiai. Rodiklių ryšiams nustatyti atlikta regresinė analizė bei skaičiuota įmonės ekonominė pridėtinė vertė. Trečiojoje darbo dalyje sudaryti pelno maksimizavimo modeliai pagal ribinės analizės metodiką bei pelno lūžio tašką. Taip pat remiantis scenarijų metodika atliktas rodiklių prognozavimas. Baigiamojoje magistrinio darbo dalyje pateikiamos išvados ir pagal tyrimo rezultatus suformuluotos rekomendacijos bei priedai.

## **1. PELNO IR PELNINGUMO SAMPRATA TEORINIŲ ASPEKTU**

Šiame skyriuje analizuojama pelno sąvokų reikšmė, pelningumo reikšmingumas ir samprata, identifikuoti ir apibendrinti pelną lemiantys veiksniai. išgryninta pelno didėjimo įmonėje svarba,

### **1.1. Pelno samprata ir ekonominė reikšmė**

Įmonės, kintančiomis rinkos ekonomikos sąlygomis, norėdamos būti konkurencingomis ir išlikti verslo pasaulyje, privalo savo organizacinę elgseną orientuoti į besimokančios organizacijos modelį, grindžiamą siektinų vertybių, organizacine kultūra ir verslo etika, socialinio marketingo koncepcija, paslaugų marketingo filosofija, visuomenės ir vartotojų požiūriu, kurio pagrindu būtų išsaugotas ne tik įmonės pelnas, bet ir vartotojų bei visuomenės gerovė (Vitukienė, E. 2013).

Pelnas tiek užsienio, tiek lietuvių autorių nuomone, bendriausia prasme yra skirtumas tarp verslo įmonės uždirbtų pajamų ir joms uždirbti padarytų sąnaudų (Bartol, K., M., Martin, D., C. 1991, Samuelson, W., F., Marks, S., G. 1992, Fridson, M., Alvarez, F. 2002, Lydeka, Z., Drilingas, B. 2002). Taip pat Martinkus, B., Žičkienė, S., Žilinskas, V., (2002) norėdami aiškiau apibūdinti pelną, teigia, kad verslo įmonėms pelnas yra tarsi likutinis rodiklis, apskaičiuojamas kaip įmonei liekantis skirtumas tarp visų gautų per laikotarpį pajamų ir visų patirtų išlaidų. Taip pat visos įmonės siekia, kad jų pajamos už parduotą produkciją viršytų gamybos išlaidas, ir jos galėtų vadintis pelningomis, arba rentabiliomis. Paunksnienė, J., Liučvaitienė, A. (2009) pelną apibūdina kaip atlyginimą už verslumą ir riziką.

Andrijauskienė, A. (2004) savo knygoje cituodama buhalterinės apskaitos ir įmonių veiklos analizės specialistus, teigia, kad pelnas yra tikrai gana plati sąvoka ir labiausiai įmonės veiklą apibendrinantis rodiklis. Taip pat pelnas yra svarbiausia ekonominė kategorija ir pagrindinis komercinės veiklos tikslas. Kaip ekonominė kategorija pelnas atspindi grynąsias pajamas, sukuriamas materialinėje gamyboje, ir atlieka daugybę funkcijų. Taigi pelnas parodo ekonominį efektą, pasiektą įmonės veikloje.

Kadangi pelnas kaip sąvoka atsirado jau labai senai, todėl svarbu išskirti jo prigimtį aiškinančias teorijas (Andrijauskienė, A. 2004):

1. *Rizikos teorija* teigia, kad pelnas, viršijantis palūkanas ar vidutinį pelno lygį, yra mokestis už riziką, su kuria susiduriama investuojant kapitalą į skirtingas rizikos veiklos sritis;
2. *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;
3. *Monopolijos teorija* teigia, kad ilgalaikių periodų metu įvairių firmų pelno norma gali viršyti vidutinę normą. Tai lemia gamybos masto ekonomija, natūralių išteklių valstybinė kontrolė, patentinis grynumas ar konkurencija, veiklą reguliuojančios valstybinės priemonės;
4. *Efektyvaus valdymo teorija* viršpelnio atsiradimo priežastimi laiko išskirtinius valdymo personalo gebėjimus organizuoti produkto gamybą ir prekės judėjimą rinkoje.

Kaip teigia Rutkauskas, V., Stankevičius, P., (2004) dažniausiai verslas ir yra sukuriamas būtent tam, kad atneštų pelną jų savininkams. Tačiau toks apibrėžimas atspindi tik ekonominę pelno esmę, o apskaitoje yra vartojamos kelios pelno kategorijos:

- *Bendrasis pelnas* – pardavimo pajamų ir parduotų prekių bei paslaugų savikainos skirtumas. Būtent šis dydis dažniausiai ir yra taikomas finansiniuose skaičiavimuose.
- Iš bendrojo pelno atėmę veiklos sąnaudas gauname *veiklos pelną*, kurį pakoregavę kitos veiklos bei finansinės ir investicinės veiklos rezultatais gauname *įprastinės veiklos pelną*.
- Atsižvelgiant į nenumatytas situacijas, įmonės veiklos pelnas koreguojamas pridėdam pagautę arba atimant netekimus. Tokiu būdu gaunamas ataskaitinių metų *pelnas prieš apmokestinimą*, nuo kurio dydžio apskaičiuojamas pelno mokestis. Iš apmokestinamojo pelno atėmus apskaičiuotą pelno mokestį gaunamas *grynasis pelnas*<sup>1</sup>.

Dauguma autorių teigia, kad finansinės ataskaitos yra svarbiausias informacijos apie įmonę šaltinis. Visi pelno ataskaitos rodikliai yra sugrupuoti į kelias grupes: gamybinės – komercinės veiklos ir kitos veiklos. Toks grupavimas parodo kiekvienos veiklos finansinį rezultatą – pelną arba deficitą. Sudėjus visos įmonės veiklos pajamas ir iš jų atėmus visas išlaidas gaunamas rezultatas – grynasis pelnas (deficitas). Grynasis pelnas yra akcininkų nuosavybė, todėl jų sprendimu jis gali būti paskirstytas dividendams arba pridėtas prie anksčiau uždirbto pelno ir reinvestuotas į verslą (Bagdonas, E., Railienė, G. 2013). Kaip teigia Pelurytė, E. (2007) pasirinkta įmonės apskaitos politika turi būti suderinta su įmonės tikslais, kurie paprastai būna susiję su veiklos rezultatu – pelno dydžiu.

Kad būtų galima lengviau suprasti įmonėje analizuojamo pelno sandarą, Martinkus, B. ir k.t. (2002), Aukščiūnas, V., Ginevičius, R. (2011) išskiria tokias pagrindines pelno rūšis:

- *Bendrasis pelnas (apskaitinis)* – pardavimo kainos ir buhalterinių išlaidų skirtumas.

<sup>1</sup> 3 Verslo apskaitos standartas, 2011 m.

- *Ekonominis (grynasis) pelnas* – bendrųjų pajamų ir ekonominių išlaidų skirtumas, arba pelnas, didesnis už normalųjį pelną.
- *Netikėtas pelnas* – pelno padidėjimas dėl netikėto rinkos sąlygų pasikeitimo.
- *Nepaskirstytas (akumuliuotas) pelnas* – įmonių pelno dalis, kurios ji nepaskirsto akcininkams, o pasilieka sau (įmonei plėsti arba modernizuoti).
- *Normalusis pelnas* – teorinio pelno, gaunamo tobulos konkurencijos sąlygomis, apibrėžimas. Jis būtinas, kad kiekvienas papildomas subjektas tęstų gamybą, kiekybiškai apima implicitines išlaidas.
- *Nulinis pelnas* – ekonominė situacija, kai produkto pardavimo kaina lygi vidutinėms išlaidoms.
- *Pelnas produkcijos vienetui* – grynojo pelno ir produkcijos kiekio santykis.
- *Ribinis pelnas* – pelno pasikeitimas padidinus gamybos kiekį vienu vienetu.

Jakutis, A. (2007) pritardamas pateiktų autorių pelno klasifikacijai, akcentuoja tai, kad ekonomikos teorijos disciplinose dažniausiai nagrinėjamos dvi anksčiau pateiktos pelno rūšys, t.y. buhalterinis ir ekonominis pelnas. Tamašauskienė, Z. (2002) taip pat pabrėžia tai, kad ekonomistai ir buhalteriai skirtingai supranta pelno sąvoką.

1.1 lentelė

### Buhalterinio ir ekonominio pelno skaičiavimas

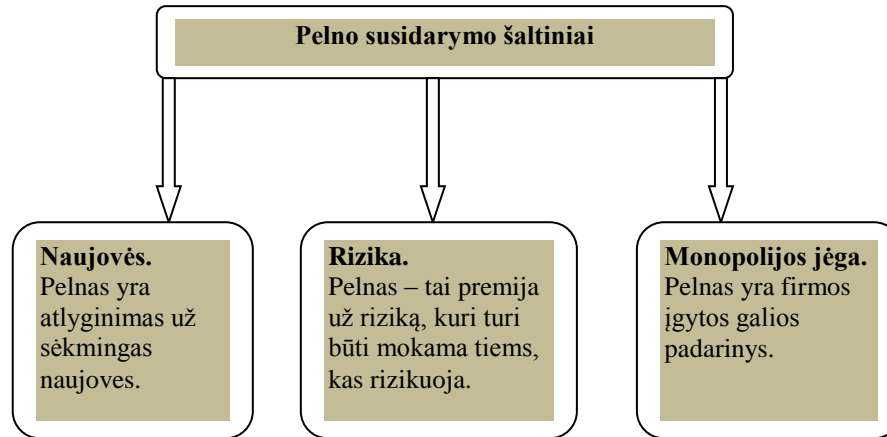
Buhalterinis (apskaitinis) pelnas	Ekonominis pelnas
Bendrųjų pajamų ir <i>buhalterinių sąnaudų</i> skirtumas.	Bendrųjų pajamų ir <i>ekonominių išlaidų</i> skirtumas.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Žvinklys, J., Vabalas, E. (2006). *Įmonės ekonomika*. Vilnius: VVAM. Aukščiūnas, V., Ginevičius, R. (2011). *Įmonės gamybos išteklių ekonomika*. Vilnius: Technika.

Aukščiūnas, V., Ginevičius, R. (2011) analizuodamas pelną, pateikia skirtumą tarp buhalterinių ir ekonominių išlaidų: į ekonomines išlaidas įtraukiamos ir prarastos alternatyviosios pajamos, kurias verslininkas gautų už savo darbą svetimoje įmonėje ir palūkanas už nuosavą kapitalą, paskolintą kitiems arba įdėtą į banką.

Rutkauskas, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, V. (2009) teigia, kad analizuojant pelną, būtina žinoti, kad daugelyje šalių pelnas yra skaičiuojamas daugiapakope sistema. Joje informacija apie įmonės uždirbtas pajamas, patirtas sąnaudas ir gautus veiklos rezultatus yra tam tikru būdu suklasifikuota ir detalizuota.

Mackevičius, J. (2007) tirdamas pelno analizę, išskiria, kad labai svarbu yra išsiaiškinti pelno šaltinius, kadangi nuo to priklauso ir pelno dydis. Lydeka, Z., Drilingas, B. (2002) pritardamas autoriaus minčiai išskyrė pelno susidarymo šaltinius, kurie pateikti 1.1 paveiksle.



1.1 pav. **Pelno susidarymo šaltiniai**

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Lydeka, Z., Drilingas, B. (2002). *Firmos ekonomikos pagrindai*. Vilnius.

Jeigu versle nenaudojamos jokios naujovės įmonė gauna pelną tik iki tam tikros ribos arba jo išvis negauna. Dėl šių priežasčių, padidėjus konkurencijai, verslininkai palieka verslo šaką. Tačiau dauguma verslininkų realybėje naujoves stengiasi diegti įvairiais būdais: *gaminami nauji produktai, modifikuojami jau esami gaminiai, tobulinamas vadybinis procesas ir pan.* Taip pat tokiu būdu ne tik yra padidinami pardavimai dėl vartotojų teigiamo požiūrio į naujoves, bet ir sumažinami gamybos kaštai ir dėl to gaunamas didesnis pelnas. Krušinskas, R., Benetytė, R. (2014) taip pat akcentuoja naujovių svarbą. Įmonė, siekdama išlikti konkurencinga ne tik globalioje, bet ir vietinėje rinkoje, vis intensyvėjant rinkų bei ekonomikos internacionalizacijos procesams, turi atsinaujinti ir pasiūlyti rinkos dalyviams ką nors naujo. Viena iš priemonių, galinti padėti modernizuoti įmonės veiklą ir tokiu būdu spręsti konkurencingumo didinimo problemas – inovacinė veikla. Bet ne visada naujai atsiradę produktai, paslaugos, technologijos, gamybos metodai, įtakoti inovacinės veiklos rezultatai, nulemia įmonės sėkmę konkurencinėje kovoje tarptautinėje ar net vietinėje rinkoje. Čia itin svarbu sėkmingai valdyti inovacinės veiklos procesus ir iš anksto įžvelgti galimas rizikas. Taigi, kasdieniame gyvenime nėra verslo ir ypač verslo dalyvių, kurių veiksmai nebūtų rizikingi. Todėl už riziką turi būti atlyginta, nes kitaip verslininkai nebūtų linkę rizikuoti savo lėšomis. Pelnas egzistuoja dar ir todėl, kad rinkoje nėra visiškai tobulos konkurencijos. Jeigu būtų tik tobula konkurencija, tai ekonominis pelnas išnyktų. Dėl rinkoje esančių monopolijų ir oligopolijų, pelnas neišnyksta. Daugiau gaminant prekių, jas tenka parduoti už mažesnę kainą,



tačiau *įmonės gali nustatyti tokią gamybos apimtį, kuri užtikrintų didžiausią pelno kiekį* (Lydeka, Z., Drilingas, B. 2002). Tačiau kaip teigia, Gokienė, R., Dagilienė, L. (2012) moderni ekonomika nėra paremta vien masine gamyba ir prekių ir paslaugų vartojimu. Besikeičiančioje aplinkoje gaminti daugiau nereiškia geriau. Tam, kad galėtų konkuruoti, įmonėms svarbu: 1) kokybė, geresnė už konkurentų; 2) technologija, panaudota anksčiau už konkurentus; 3) išlaidos, mažesnės už konkurentų.

Gronskas, V. (2008) norėdamas pateikti išsamesnę pelno analizę teigia, kad visų pirma reikėtų atsižvelgti į pelnui keliamus uždavinius, nes vadovaujantis jais pelno analizė būtų atliekama tikslingiau:

- Nustatyti pelno užduočių pagrindumą ir jų ryšį su kitų užduočių rodikliais;
- Įvertinti pelno užduočių įvykdymą, pelno dinamiką ir sudėtį;
- Įvertinti pelno kitimą nulėmusius veiksnius;
- Numatyti neigiamų veiksnių pašalinimo galimybes bei būdus.

Kadangi dauguma autorių, kurie analizuoja pelną teigia, kad jis yra vienas iš svarbiausių finansinės veiklos rodiklių, Mackevičius, J. (2007) teigia, kad būtent dėl to ir atsiranda problema, dėl pelno sumos dydžio nustatymo teisingumo. Įmonių vadovai panaudoja neleistinus būdus pelnui padidinti arba sumažinti, manydami, kad tai jiems duos naudą. Tačiau dažnai nutinka taip, kad nuostolių kaštai būna didesni nei planuojama nauda. Todėl minėtas autorius išskiria padarinius, kurie atsiranda taip spekuliuojant apgaulinga pelno suma.

1.2 lentelė

### Padariniai, apskaičiavus netikslią pelno sumą

<b>Pateiktas pelnas &gt; realus pelnas</b>	<b>Pateiktas pelnas &lt; realus pelnas</b>
Įmonė moka didesnį pelno mokestį	Kris įmonės įvaizdis
Vadybininkai gali priimti neteisingus valdymo sprendimus dėl įmonės plėtros, organizacinės struktūros keitimo, paslaugų teikimo	Tikimybė, kad gali kristi akcijų kursas
Darbuotojai tikėtina, kad prašys padidinti DU, reikalaus įvairių kultūrinių socialinių pareigų	Vadybininkai gali priimti neteisingus valdymo sprendimus dėl įmonės plėtros, organizacinės struktūros keitimo, paslaugų teikimo
Akcininkai taip pat gali reikalauti išmokėti didesnius dividendus	Gali sumažėti investuotojų dėmesys ir galimybės konkuruoti rinkoje
	Gali atsirasti problemų, jei norima gauti paskolą iš bankų

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Mackevičius, J. (2007). *Įmonių veiklos analizė*. Vilnius: TEV.

Autoriaus nuomone, galime teigti, kad tiek apskaičiuotas mažesnis, tiek didesnis pelnas, lyginant su realiu pelnu, sukelia daugybę žalingų padarinių pačiai įmonei, nors visada tikimasi iš netikslios pelno sumos pateikimo, naudos. Pelurytė, E. (2007) taip pat analizavo pelno sumos

pateikimo netikslumus. Ji teigia, kad renkantis pelną didinančius arba mažinančius apskaitos metodus ir būdus, siekiama palaikyti tam tikrą įmonės finansinį įvaizdį, kurį apie įmonę susidaro partneriai, pirkėjai, klientai, įvairūs visuomenės sluoksniai. Teigiamas įvaizdis pritraukia pirkėjus ir partnerius, spartina pardavimą, didina jo mastą. Jis palengvina įmonei gauti išteklių (finansinių, materialiuju, informacijos) ir atlikti operacijas, didina pasitikėjimą ja. Kita vertus, įmonės, norėdamos išvengti mokesčių didinimo ir kitų verslo apribojimų, gali siekti politinio nematomumo, mažindamos įmonės pelną, nes vyrauja nuostata, jog valstybės institucijos yra linkę nustatyti įvairius papildomus reikalavimus įmonėms uždirbančioms didelį pelną. Pateikus šių dviejų autorių įžvalgas manau, kad galima teigti, jog patiriama žala yra didesnė už tokių sukčiavimų laukiamą naudą.

Boguslauskas, V., Jagelavičius, G. (2002) teigia, kad finansinė apskaita ir tradiciniai finansiniai veiklos įvertinimai, tokie kaip grynasis pelnas, netiksliai įvertina įmonės veiklą, todėl tam yra naudojamas patikimesnis ir informatyvesnis rodiklis: ekonominis pelnas - EVA. Aleknevičienė, V. (2011) EVA rodiklį vadinama ekonomine pridėtine verte. Tačiau, kad ir įvairūs autoriai šį rodiklį vadinama skirtingai, jo esmė yra interpretuojama panašiai. Kaip jau buvo minėta, kadangi grynasis pelnas pateiktas pelno (nuostolių) ataskaitoje nėra pakankamai informatyvus, įmonės finansinis vertinimas gali būti atliekamas pagal ekonominį pelną (EVA). Boguslauskas, V., Jagelavičius, G. (2002) savo knygoje cituodami Bennetą – Stewartą teigia, kad ekonominiu požiūriu vertė sukurama tuomet, kai įmonė gauna pajamas, didesnes nei ekonominiai kaštai šiems pajamoms gauti. Taigi, vertė sukurama tik tada, kai pajamos viršija visus kaštus, įskaitant ir kapitalo. Chmieliauskaitė, M. (2006) teigia, kad EVA metodas laikomas universaliu, kadangi jis parodo, kada ir kokius sprendimus turi priimti įmonės, pavyzdžiui, ilgą laiką mažėjant vertei, įmonė turėtų pradėti restruktūrizacijos procesą arba pertvarkyti išlaidas. Juozaitienė, L. (2007) taip pat pabrėžia, kad būtent EVA rodiklis yra moderniausias finansinis rodiklis, leidžiantis bendrai įvertinti visą įmonės veiklą. Kadangi įmonės vadovams labai svarbu yra žinoti, kokie veiksniai lemia EVA ir kokie produktai ar paslaugos jiems kuria pridėtinę vertę, minėta autorė pritarinama Boguslauskas, V., Jagelavičius, G. (2002) siūlymams EVA nagrinėti kaip trijų kintamųjų funkciją, pateikia šią funkciją:

$$EVA = f(\text{grynojo pelno, pinigų srauto, kapitalo kaštų})$$

Pagal šią funkciją galima stebėti kaip kinta pateikti kintamieji ir iš to interpretuoti EVA pokyčius. EVA didėja, didėjant grynajam pelnui bei pinigų srautams iš įmonės veiklos ir mažėjant kapitalo kaštams.

Kadangi EVA yra sudėtinis rodiklis, įvairūs autoriai pateikia ir skirtingas jos skaičiavimo metodikas. Aleknevičienė, V. (2011) pateikia tokius EVA apskaičiavimo būdus:

1.  $EVA_t = NOPAT_t - (WACC * Ce_{t-1});$

NOPAT – veiklos pelnas, atskaičiavus pelno mokestį arba pagal Juozaitienė, L. (2007) – grynas pelnas + palūkanų sąnaudos;

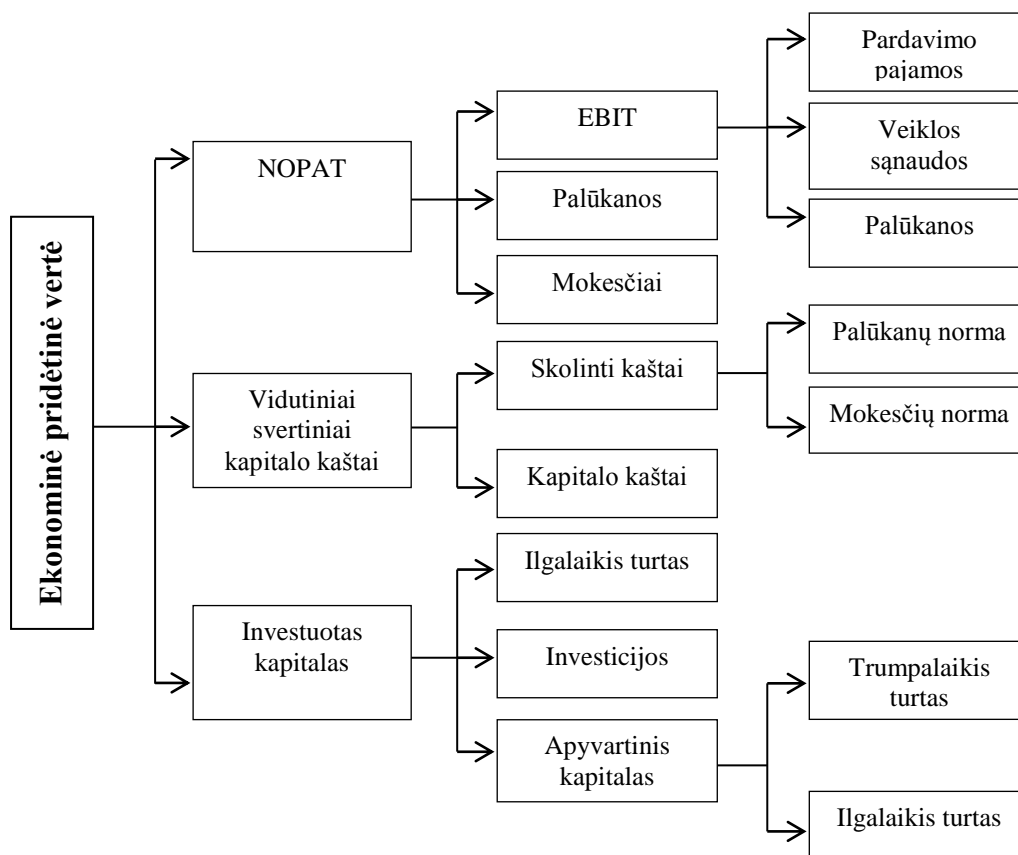
WACC – vidutinė svertinė kapitalo kaina;

CE – investuotas kapitalas;

$$2. \text{EVA}_t = (\text{ROCE}_t - \text{WACC}) * \text{Ce}_{t-1}$$

ROCE – investuoto kapitalo pelningumas;

Autorės pateiktos skirtingos EVA apskaičiavimo metodikos, leidžia gauti tą patį rezultatą, todėl EVA rezultatas visais būdais interpretuojamas vienodai. Rakshit, D. (2006) savo straipsnyje analizuodamas EVA rodiklį, pagal 1 formulę pateikia grafiką, kuris leidžia matyti kaip susidaro EVA rodiklis.



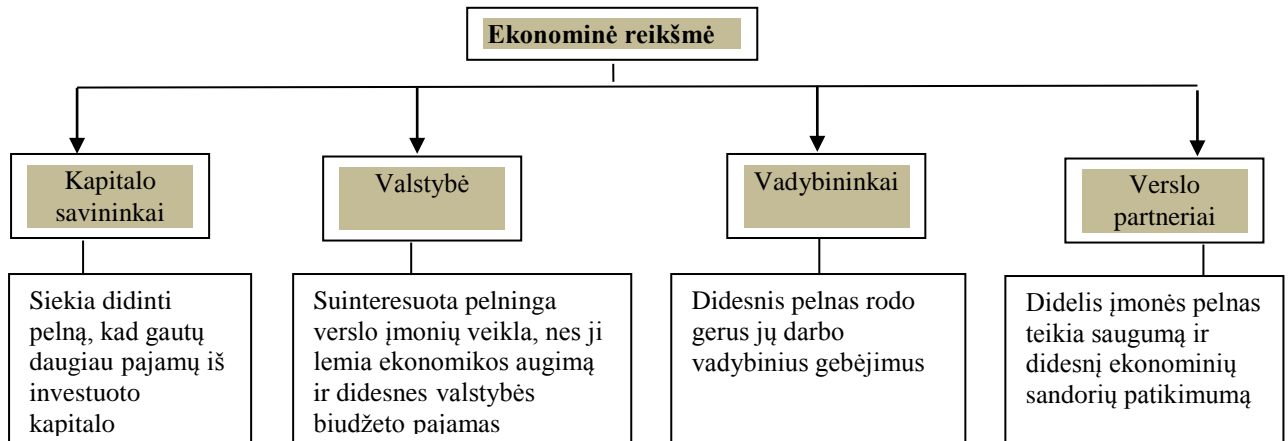
1.2 pav. Ekonominės prodėtinės vertės susidarymo metodika

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Rakshit, D. (2006). EVA based performance measurement: a case study of Dabur India limited. *Vidyasagar University Journal of Commerce*. Vol. 11.

Pasak J., Makutėnaitė, J., Gliubic, D., Makutėnienė, (2014) naudojant EVA metodą, tiksliau įvertinami ir palyginami veiklos rezultatai tam tikrais laikotarpiais. T. Petravičius (2008) taip pat pažymi, jog šis metodo teikiamas privalumas padeda nustatyti pelningas įmonės veiklas ir atskirti

jas nuo nepelningų, kurios finansuojamos pelningųjų sąskaita, tokiu būdu veiksmingai panaudojant pinigų srautus.

Taip pat pelno ekonominė reikšmė visada priklauso nuo to, kokios interesų grupės ją vertina. Pasak L., Juozaitienės (2007) yra išskiriami keturi skirtingi požiūriai į ekonominio pelno sąvokos reikšmę, tai pateikta 1.3 paveiksle.



1.3 pav. Ekonominės pelno reikšmės vertinimas pagal interesų grupes

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis L., Juozaitienė (2007). *Įmonės finansai: analizė ir valdymas*. Šiauliai.

Pagal pateiktą paveikslą galime teigti, kad nors ekonominė pelno reikšmė traktuojama skirtingai, tačiau jos svarba visais atvejais yra didelė, kadangi pagal visas pateiktas interesų grupes yra siekiama kuo didesnio ekonominio pelno.

*Taigi, įmonės pelnas – tai vienas pagrindinių jos gamybos veiklos rodiklių. Jis rodo įmonės gamybos ekonominį efektyvumą. Pagal įvairių autorių pateiktą informaciją apie pelną, galima daryti išvadas, kad pelnas yra priemonė, suteikianti sąlygas pasiekti įmonės keliamus tikslus. Taip pat labai svarbu yra skirti pelno rūšis ir suprasti jų skirtingus skaičiavimo būdus, nes nuo to priklauso, koks bus gaunamas pelno dydis. Taip pat, kad būtų gaunama patikimesnė informacija apie įmonę, autoriai siūlo skaičiuoti ir vertinti įmonę pagal EVA rodiklį, kuris leidžia vadovams palyginti uždirbto veiklos pelno su įdėtais kapitalo kaštais skirtumą.*

## 1.2. Pelningumo nustatymo metodologiniai aspektai

Sėkmingas įmonių plėtojimas yra svarbus visos šalies ekonomikos augimui, socialiniam stabilumui ir naujų darbo vietų kūrimui. Tačiau įmonių veiklai tiesioginę arba netiesioginę įtaką daro skirtingi išoriniai ir vidiniai veiksniai. Efektyvi įmonės strategija gali būti vienas iš svarbiausių

įmonės sėkmės faktorių. Kai kurie autoriai grupuoja kriterijus, apibūdinančius įmonių komercinę ekonominę veiklą į tris pagrindines grupes: mokumo ir finansinės rizikos, apyvartumo ir pelningumo. Autoriai pabrėžia, kad trečioji grupė yra tiesiogiai susijusi su įmonių veiklos vertinimu (Boguslauskas, V., Adlytė, R. 2010).

Norint nuodugniai iširti verslo įmonės ekonominę – finansinę padėtį bei veiklos perspektyvas būtina atlikti pelningumo rodiklių analizę. Kaip teigia, Juozaitienė, L. (2007) įmonės veiklos rezultatyvumui įvertinti daug geriau tinka santykiniai dydžiai. Antanavičienė, J., Šimelytė, A. (2013) pritardamos ir papildydamos autorę teigia, kad pelningumo rodikliai – tai vieni svarbiausių įmonės veiklos rodiklių, kuriais remiantis yra atliekama finansinė analizė. Jie geriausiai parodo galutinius verslo įmonės pasiekimus, o pagal juos yra sprendžiama, kokią naudą gaus įmonės savininkai, akcininkai ar investuotojai. Ekonomikos literatūroje pateikiama ne mažai pelningumo sąvokos apibūdinimų. Pasak Bagdžiūnienė, V. (2013) pelningumas – įmonės gebėjimas uždirbti pelną – gauti kuo daugiau pelno iš kiekvieno investuoto į įmonę lito. Gronskas, V. (2008) ir Puteikienė, R. (2009) pateikia konkretesnę apibrėžimą - pelningumas yra pelno santykis su tam tikru įmonės veiklos rodikliu, turinčiu ryšį su pelnu. Šlekienė, D., Klimavičienė, I. (2000) pabrėžia, kad kartais pelningumas yra prilyginamas rentabilumo sąvokai, tačiau būtent šių autorių teigimu reiktų atkreipti dėmesį į šių sąvokų ekonominės prasmės skirtumus. Ekonomikos terminų žodyne rentabilumas - pajamų gausumas, gamybos išlaidų kompensacija, parodanti materialinių, darbo ir piniginių resursų panaudojimo efektyvumą. Mackevičius, J. (2006) savo straipsnyje analizuodamas santykinius rodiklius, teigia, kad rodikliai pagal kuriuos bus atlikta įmonės analizė, priklauso nuo pirminio dalyko - analizės tikslo. Jeigu siekiama iširti įmonės veiklos rezultatus, daugiausia dėmesio reikia skirti pelningumo ir išlaidų lygio rodiklių analizei. Taigi šis autorius, taip pat patvirtina tai, kad pelningumo analizė iš tiesų yra labai reikšminga ir informatyvi analizuojant įmonės veiklą.

Lazauskas, J. (2005) ir Bagdžiūnienė, V. (2006) taip pat įžvelgdami pelningumo rodiklių naudą išskiria priežastis kodėl ja yra remiamasi atliekant finansinę analizę:

- Jie geriausiai rodo galutinį įmonės veiklos rezultatą;
- Pagal juos yra sprendžiama, kokią naudą gali gauti akcininkai ir investuotojai, rizikuodami investuoti savo kapitalą

Pasak Šlekienė, D., Klimavičienė, I. (2000) pelningumo rodikliai nusako veiklos pelningumą ir grupuojami pagal atitinkamus ekonominio proceso dalyvių interesus. Pagrindinės pelningumo rodiklių grupės yra:

- Pelningumas pagal skirtingas pelno rūšis – bruto pelno marža, neto pelno marža, grynas pelningumas.

- Pelningumas pagal skirtingas turto ir kapitalo dalis – tokiu būdu skaičiuojant pelningumą galima matyti, kurią pelno dalį uždirbo kiekvienas kapitalo elementas.
- Pelningumas pagal grynujų pinigų srautus – skaičiuojama remiantis grynosiomis įplaukomis. Gauti rodiklių rezultatai leidžia spręsti apie įmonės mokumą.

Juozaitytė, L. (2007) teigia, kad svarbiausias įmonės veiklos efektyvumą apibūdinantis kriterijus yra grynasis pelnas, kuriuo remiantis ir yra skaičiuojami pagrindiniai santykiniai pelningumo rodikliai, rodantys, kokia kaina gaunamas pelnas. Tačiau Rutkauskas, V., Stankevičius, P. (2004) pažymi, kad pelningumo rodikliai gali būti skaičiuojami ir su bendruoju pelnu.

Rutkauskas, A., V. (2007) teigia, kad kompanijos pelningumas svarbus tiek bendrovės savininkams, tiek bendrovės kreditoriams. Siekdami parodyti bendrovės pelningumą, analitikai naudoja keletą rodiklių. Juozaitytė, L. (2007) analizuodama pelningumą siūlo skaičiuoti tokius pelningumo rodiklius:

- Bendrasis pardavimo pelningumas;
- Veiklos pelningumas;
- Finansinės ir investicinės veiklos pelningumas;
- Įprastinės veiklos pelningumas;
- Grynasis pardavimo pelningumas.

Aleknevičienė, V. (2011) pritarė autoriui į skaičiavimus siūlo įtraukti ir :

- turto pelningumą;
- nuosavo kapitalo pelningumą.

Išanalizavus mokslininkų pateiktus pelningumo rodiklius, pateikiama susisteminta lentelė, kurioje išskiriamos trys pagrindinės grupės ir jos smulkiau detalizuojamos.

1.3 lentelė

### Pelningumo skaičiavimams naudojamos formulės

Rodiklio grupė	Rodiklio pavadinimas	Skaičiavimo formulė	Rodiklio turinys
<i>Pajamų pelningumas</i>	Bendrasis pardavimų pelningumas	Bendrasis pelnas / pardavimo pajamos	Rodo pardavimo ribinį pelningumą.
	Veiklos pardavimų pelningumas	Veiklos pelnas / pardavimo pajamos	Rodo įmonių sugebėjimą kontroliuoti veiklos sąnaudų formavimąsi. Taip pat jis geriausiai apibūdina valdymo efektyvumą.
	Įprastinės veiklos pardavimų pelningumas	Įprastinės veiklos pelnas / pardavimo pajamos	Rodo pelningumą iki mokesčių atskaitymo.
	Grynasis pardavimų pelningumas	Grynasis pelnas / pardavimo pajamos	Rodo tikrąjį pardavimo pelningumą, įvertinus visas pajamas ir išlaidas.
<i>Kapitalo pelningumas</i>	Nuosavo kapitalo pelningumas	Grynasis pelnas / nuosavas kapitalas	Rodo, ar pelningos akcininkų investicijos

<i>Turto pelningumas</i>	Turto pelningumas	Grynasis pelnas / turtas	Parodo įmonės turto panaudojimo efektyvumą.
--------------------------	-------------------	--------------------------	---

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Įmonių finansinė analizė: rodiklių skaičiavimo metodika (2001). Vilnius. Nacionalinė vertybinių popierių birža. Rutkauskas, V., Stankevičius, P. (2004). *Finansų analizė, valdymas ir prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla. Gronskas, V. (2008). *Ekonominė analizė*. Kaunas: Technologija. Juozaitienė, L. (2007). *Įmonės finansai: analizė ir valdymas*. Šiauliai: Šiaulių universitetas. Aleknevičienė, V. (2011). *Įmonės finansų valdymas*. Vilnius: Spalvų kraitė. Mackevičius, J., Poškaitė, D., Villis, L. (2011). *Finansinė analizė*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas. Kanapickienė, R., Grundienė, Ž. (2014). *Apgaulių finansinėse ataskaitose nustatymas finansinių santykių rodiklių pagalba*. Apskaitos ir finansų mokslo žurnalas.

*Bendrasis pardavimų pelningumas* rodo, kiek bendrojo pelno tenka vienam pardavimo pajamų litui. (Rutkauskas, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, V. 2009). Taip pat Mackevičius, J. Moliene, O., Poškaitė, D. (2008) akcentuoja tai, kad šis rodiklis padeda kontroliuoti parduodamų prekių savikainą ir kainodaros politiką, parodo vadovų sugebėjimą parduoti savo pagamintą produkciją brangiau negu šių prekių ar paslaugų išlaidos. Puteikienė, R. (2009) papildoma autorių mintis tuom, kad šis rodiklis taip pat suteikia informaciją apie tai, kuriuos produktus įmonei naudingiau gaminti. Mackevičius, J., Poškaitė, D., Villis, L. (2011) analizuodami šio rodiklio pokyčius per atitinkamą laikotarpį teigia, kad jo didėjimas rodo įmonėje taikomą racionalią rinkodarą, gerėjančius produkcijos gamybos ir jos pardavimo rezultatus.

*Veiklos pardavimų pelningumas* rodo kiek veiklos pelno tenka vienam pardavimo pajamų litui. Aleknevičienė, V. (2011) išskiria veiksnius nuo kurių priklauso šio rodiklio reikšmės: nuo pardavimų apimčių, produkcijos pardavimo kainų, produkcijos gamybos savikainos ir įmonės galimybės kontroliuoti išlaidas. Poškaitė, D., Novikovas, M. (2006) išskiria šio rodiklio pranašumą: „šiam rodikliui beveik neturi įtakos skirtingi apskaitos principai“. Tai naudinga, kai norima lyginti pelningumus tarp įmonių.

*Grynasis pardavimų pelningumas* rodo, kiek grynojo pelno tenka vienam pardavimo litui. Juozaitienė, L. (2007) teigia, kad būtent iš šio rodiklio galima spręsti, ar pelningas yra pardavimų procesas. Mackevičius, J. Moliene, O., Poškaitė, D. (2008) norėdami pabrėžti šio rodiklio svarbą pelningumo analizėje, teigia, kad būtent šis rodiklis parodo tikrąją įmonės pelningumą, o jo pranašumas tas, kad jis padeda įvertinti pelno mokesčio įtaką įmonės veiklos efektyvumui ir nustatyti išorinius veiksnius. Smalenskas, (2007) analizuodamas šio rodiklio pokyčius, teigia, kad mažėjimas parodo įmonės finansinės būklės pablogėjimą, o aukštos pelningumo reikšmės nusako įmonės stabilumą ir veiklos tikslingumą rinkoje. V. Gronską (2008) skaičiuojant grynąjį pardavimų pelningumą siūlo atsižvelgti į tai, kad tikslingiau ir logiškiau grynąjį pelną dalinti iš pardavimo savikainos, o ne pardavimo pajamų. Tokią metodiką, jis grindžia tuo, kad didėjant pardavimų

pajamoms grynasis pardavimų pelningumas mažėtų, nors remiantis logika, jis turėtų didėti, ypač jei yra parduodama daugiau pelningos produkcijos.

*Nuosavo kapitalo pelningumas* rodo nuosavo kapitalo panaudojimo efektyvumą, ar pelningos akcininkų investicijos. Gronskas, V. (2008) teigia, kad šis rodiklis taip pat parodo įmonės funkcionavimo galimybes, jos potencialą. Įmonės akcininkams šis rodiklis yra pats svarbiausias. Vidugirytė, A. straipsnyje analizuodama Modigliani – Miller (MM) teoriją, teigia, kad būtent šie mokslininkai pirmą kartą pagrindė kapitalo struktūros sprendimus įmonėse. Modigliani - Miller teorema sako, kad tam tikromis prielaidomis, firmos vertė nepriklauso nuo įmonės skolinto ir nuosavo kapitalo santykio. M. Mileris teigia, kad vienintelis nuosavo bei skolinto kapitalo struktūros pokyčių poveikis yra mokėjimų dividendams ir palūkanoms santykio pasikeitimas. Kuo įmonė daugiau skolinasi, tuo jai reikia daugiau mokėti palūkanų ir mažiau lėšų lieka dividendams. Teigiama, kad pagrindinis kriterijus, kuriantis įmonės vertę yra pelnas, gaunamas naudojant turtą.

*Turto pelningumas* rodo įmonės turto – išteklių panaudojimo efektyvumą. Buckiūnienė, O. (2005) išvelgia tai, kad šis rodiklis gali būti apskaičiuotas įvairiais būdais, todėl gali parodyti ir vadovų gamybinio bei finansinio darbo sėkmę. Poškaitė, D., Novikovas, M. (2006) siūlo atsižvelgti į tai, kad šis rodiklis patikimu laikomas tik tada, kai įmonės turi daug turto ir jo naudojimas būna itin intensyvus. Domeika, P. (2008) taip pat teigia, kad įmonės veiklos efektyvumą sąlygoja apsirūpinimo ilgalaikiu turtu lygis ir ypač jo racionalus naudojimas ūkiniuose procesuose. Įmonės vadovai ir specialistai turi turėti operatyvių žinių apie ilgalaikį turtą, jo fizinę būklę, nusidėvėjimo ir apsirūpinimo šiuo turtu lygį. Tokios žinios praverčia kontroliuojant turto gavimą ir jo apyvartą, analizuojant jo naudojimo efektyvumą. Kadangi pasak Rupeika-Apoga, R., Zelgalve, E. (2013) pelningumas neigiamai koreliuoja su finansiniu svertu, tai parodo, kad pelningumo augimas priverčia įmones naudoti vidinį finansavimą, o ne skolintis. Turto augimo atveju gaunama priešinga situacija: įmonės augimo periode yra poreikis didesniai finansavimui, dėl to tikimasi daugiau skolintis.

Bagdžiūnienė, V. (2013) taip pat pažymi, kad skaičiuojant santykinius pelningumo rodiklius, labai svarbu, kad visos pajamos ir sąnaudos būtų skaičiuojamos lyginamosiomis kainomis, atsižvelgiant į infliacijos indeksus.

Rutkauskas, V., Stankevičius, P. (2004) analizuodamas pelningumą išvelgia problemą dėl to, kad skaičiuojant pelningumo rodiklių sudedamąsias dalis, tiek pelnas, tiek kapitalas gali būti apskaičiuojami skirtingais būdais, todėl skirtingo verslo palyginimas tampa sunkiai tinkamai įvertinamas, tačiau nepaisant to, pelningumo rodikliai iš esmės nusako bet kurio verslo situaciją. Tačiau akcentuoja, jog labai svarbus pelno santykis būtent su nuosavu kapitalu ir pardavimais.

Juozaitytė, L. (2007) taip pat pabrėžia, kad veiklos pelningumo rodikliai laikomi labai svarbiais, nes būtent jie rodo, kokį pelną uždriba akcininkų investuoti pinigai. Taip pat lyginant



bankų palūkanas su akcinio kapitalo grąža įmonėje galima priimti sprendimą ar verta investuoti į įmonę.

*Taigi, labai svarbu yra išsiaiškinti, kokį pelningumo rodiklį įmonė naudoja, priimdama įvairius, su įmonės veikla susijusius, sprendimus. Nors susiduriama su tokia problema, kad sunku palyginti skirtingo verslo įmones, dėl pelno ir kapitalo skirtingų skaičiavimo būdų, tačiau nepaisant to, pelningumo rodikliai iš esmės nusako bet kurio verslo situaciją, todėl jų analizavimas yra reikšmingas kiekvienos įmonės vadovams. Tačiau norint žinoti išsamesnę informaciją apie įmonę, kad priimti tinkamesnius valdymo sprendimus reikia analizuoti ir išlaidų lygio rodiklius.*

### **1.3. Pelną lemiantys veiksniai**

Buškevičiūtė, E., Kanapickienė, R., Patašius, M. (2010) teigia, kad kiekvienas turto savininkas, neatsižvelgiant į veiklos pobūdį, siekia gauti kuo didesnę pelną. Todėl visada svarbu žinoti, kokias galimybes jis turi šiam tikslui pasiekti ir kokie veiksniai lemia pelningą veiklą. Pelną lemiančių veiksnių žinojimas taip pat padeda išsiaiškinti galimus tolimesnius pelno rodiklio pokyčius. Prieš pradėdant nagrinėti pelno veiksnius, tiriama pelno sudėtis. Jeigu įmonėje atliekama kompleksinė įmonės finansinės būklės analizė, tada pelno sudėtis ir struktūra jau būna išanalizuota pelno (nuostolių) ataskaitos vertikaliosios analizės metu. Pirmiausia nustatomas pelnas, gautas iš įprastinės ir ypatingos įmonės veiklos. Gamybinio pobūdžio įmonės didžiausią įprastinės veiklos pelną gauna iš produkcijos gamybos ir jos realizavimo, o finansinės – investicinės įmonės iš finansinės ir investicinės veiklos. Taip pat, analizuojant pelno sudėtį, svarbu išsiaiškinti įmonės pelno šaltinius ir įvertinti veiklos sritis, kurios mažiausiai pelningos ar netgi nuostolingos. Reikia detalizuoti įmonės grynąjį pelną formuojančius veiksnius. Kadangi pasak Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998) svarbiausią įprastinės veiklos pelno dalį sudaro bendrasis pelnas, todėl jo veiksnių analizei dauguma autorių skiria daugiausia dėmesio. Pelniui įtakos turintys veiksniai yra skirstomi į išorinius ir vidinius.

*Išorės veiksniai* yra makroekonominio pobūdžio, susiję su politiniais, teisiniais, visuomeniniais, kultūriniais, demografiniais, techniniais ir ekonominiais procesais. Rinkos ekonomikos sąlygomis didelę įtaką pelniui daro pasiūlos ir paklausos veiksniai. Todėl Gronskas, V. (2006) akcentuoja, kad analizuojant įmonės pelną pirmiausia reikia tirti produkcijos paklausą. Vieni pasiduoda žmogaus poveikiui, kiti – ne, bet visi turi įtakos prekių kainoms, paklausai ir pasiūlai, produkcijos struktūrai. Jie padidina arba sumažina įmonės efektyvią veiklą rinkos sąlygomis. A. Andrijauskienė (2004) išskiria tokius pelniui įtakos turinčius išorinius veiksnius: rinkos konjunktūra, kainų lygis, amortizacijos normos, mokesčių sistema. Tačiau iki šiol išorės veiksniais, atliekant finansinę analizę, buvo nepakankamai nagrinėjami. Tačiau autorės nuomone jie turi didelę reikšmę įmonės

konkurencingumui ir turi įtakos išlaidoms. Ypač tai aktualu įmonėms kurios eksportuoja savo produkciją, importuoja žaliavas ar turi filialus užsienyje.

*Vidaus veiksniai*, lemiantys pelną, yra susiję su visa įmonės ūkine – gamybine veikla. Nuo to, kaip įmonės vadovai sugeba nustatyti jų poveikį pelnui ir tinkamai jais naudotis valdydami gamybos ir realizavimo procesus, priklauso įmonės pelno dydis ir jo teigiami ar neigiami pokyčiai (Mackevičius, J., Poškaitė, D. 1998).

Andrijauskienė, A. (2004) pateikia, kad pelną, gautą iš realizacijos, lemia tokie vidiniai veiksniai: mokslo ir technikos pažanga, įmonės veikla, vadovų kompetencija, produkcijos konkurencingumas, gamybos valdymo ir organizavimo lygis. Visi šie veiksniai lemia pelno didėjimą ar mažėjimą. Autorės nuomone prie visų finansinių ir ekonominių veiksnių labai svarbus yra vadovų kompetencijos veiksnys, kadangi įmonė gali veikti pelningai, jos finansiniai rezultatai rodyti gerą būklę, tačiau vadovų sprendimai daro didelę įtaką ir jų kompetencijos nebuvimas gali vesti įmonę bankroto link. Išanalizavus įvairių mokslininkų pateiktus pelną lemiančius veiksnius, išskirti keturi pagrindiniai bendrojo pelno dydžiui įtakos turintys elementai, kurie pateikti 1.4 lentelėje. Įmonei analizuojančiai bendrojo pelno kitimą svarbu ne tik žinoti šiuos pagrindinius veiksnius, tačiau ir tinkamai suprasti jų tarpusavio ryšį su pelnu, bei suprasti visų šių veiksnių derinimo tarpusavyje butinybę.

1.4 lentelė

### Veiksniai, turintys įtakos bendrojo pelno dydžiui ir jų tarpusavio ryšys

Pardavimo apimtis natūrinė išraiška	Pardavimų kainos	Parduotų prekių savikaina	Produkcijos struktūra bei asortimentas
Tarp bendrojo pelno ir natūrinės pardavimų apimties yra tiesioginis ryšys: didėjant parduotos produkcijos apimčiai ir nesikeičiant kitiems veiksniams, pelnas didės.	Kainos tiesiogiai veikia pelno dydį. Jeigu prekės parduodamos didesnėmis kainomis negu planuota ar palyginti su praėjusiu laikotarpiu, tai pelnas didės.	Tarp parduotų prekių savikainos ir pelno yra atvirkštinė priklausomybė.	Šio veiksnio tiesiogiai iš pelno apskaičiavimų nematoma. Jeigu gaminama ir parduodama produkcija yra nevienodo pelningumo, tai, padidėjus pelningesnės produkcijos lyginamajam svoriui, pelnas didės.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998). Šlekienė, D., Klimavičienė, I. (2000). Įmonės veiklos finansinis įvertinimas. Kaunas: technologija. Gronskas, V. (2006). *Ekonominė analizė*. Kaunas: Technologija. Bagdžiūnienė, V. (2013). *Finansinių ataskaitų analizė*. Vilnius: Conto litera. Mackevičius, J. (2007). *Įmonių veiklos analizė*. Vilnius: TEV.

Andrijauskienė, A. (2004) suformavo pagrindinę ir sukonkretintą teoriją apie pelną lemiančius veiksnius, kad visi pelną didinantys veiksniai priklauso nuo gamybos kaštų mažinimo, kainų už

parduodamas prekes ar paslaugas lygio, parduodamų prekių ar paslaugų kiekio ir kokybės gerinimo bei gamybos išteklių tinkamo panaudojimo.

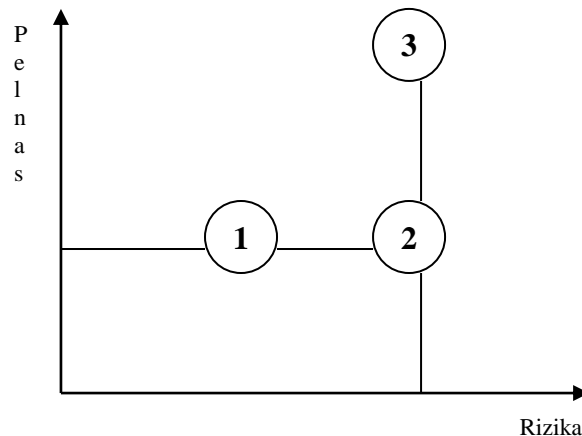
*Apibendrinant galima teigti, kad norint analizuoti pelno apimtį, svarbiausia yra išskirti veiksniai, kurie turi didžiausią įtaką pelno pokyčiams. Tačiau čia ir yra tokios analizės sudėtingumas, nes kaip jau buvo minėta, kad pelną gali lemti labai daug veiksnių: tiek išorinių, tiek vidinių, todėl jų tarpusavio sąveika ir skirtingas ryšys su pelnu, apsunkina pelno analizę.*

#### **1.4. Pelno didėjimo, jo maksimizavimo svarba įmonėje ir metodų pritaikomumas**

Kaip teigia Andrijauskienė, A. (2004) pelnas atlieka skatinimo funkciją, kadangi jis yra ne tik finansinis rezultatas, bet ir pagrindinis pajamų šaltinis. Todėl įmonė siekia gauti maksimalų pelną, nes tai yra pagrindas gamybinei veiklai plėsti, inovacijoms diegti, įmonės socialiniams poreikiams tenkinti ir darbuotojams materialiai skatinti. Juozaitienė, L. (2008) pritarė minėtai autorei pabrėžia, kad įmonės siekiamas maksimalaus pelno sumos dydžio neretai susiduria su problemomis, dėl atsirandančių nepageidaujamų pasekmių galimybės.

Martinkus, B., Žičkienė, S., Žilinskas, V. (2002) akcentuoja, kad pelno didinimas – vienas iš pagrindinių įmonių, dirbančių rinkos ekonomikos sąlygomis, uždavinių. Mackevičius, J. (2007) pelno siekimo motyvą aiškina per įmonės siekimą išgyventi konkurencinės rinkos sąlygomis. Jeigu įmonė pakankamai turi pelno, tai ji gali daryti investicijas, plėsti savo veiklą, kurti naujus produktus, teikti paslaugas ir taip užimti stabilią vietą rinkoje. Tačiau gauti didesnę pelną įmonėms dažnai sutrukdo per didelės išlaidos. Taip pat šis autorius išsamiai analizavo pelno ir rizikos tarpusavio priklausomybę, kadangi pelno siekimas visada yra susijęs su tam tikra rizika. Kadangi rizikos poveikio pašalinti neįmanoma, tai kiekviena įmonė turi ieškoti kompromiso tarp galimo didžiausio pelno ir rizikos lygio. Karjalainen, J. ir kt. (2004) taip pat analizavę pelną ir riziką akcentuoja tai, kad būtinas rizikos ir pelno pasidalijimas ne tik, tarp įmonės vidaus, tačiau nemažiau svarbu ir išorės veiksniai. Pelno ir rizikos ryšys pateiktas 1.4 paveiksle.

Analizuojant paveikslą pagal pateiktus taškus, galime teigti, kad mažiausia rizika yra pirmame taške. Antrame ir trečiame taškuose rizika yra vienoda, tačiau trečiame taške pelno sumos dydis yra gerokai didesnis. Todėl vadovams visada svarbu yra pasirinkti kiekvienam priimtina ir įmonei tinkamiausią santykį.



1.4 pav. Pelno ir rizikos ryšys

Šaltinis: sudaryta pagal Mackevičius, J. (2007). *Įmonių veiklos analizė*. Vilnius: TEV.

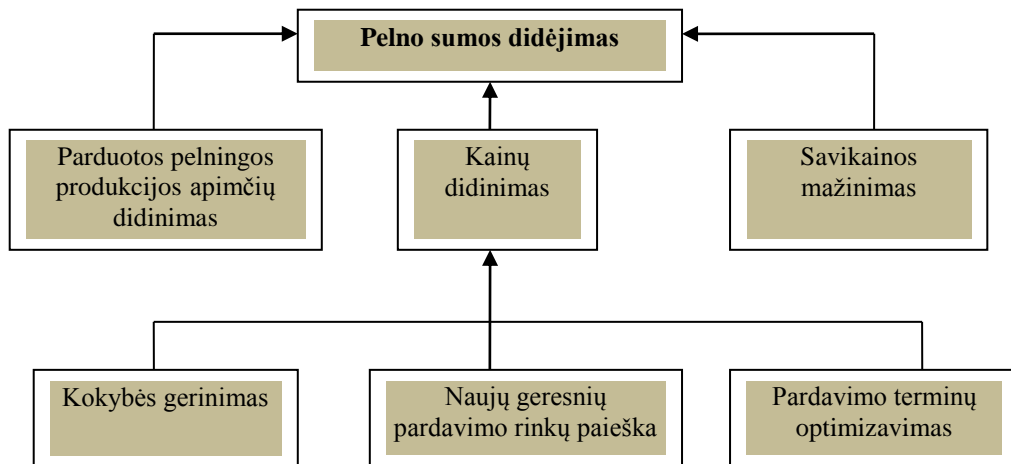
Taigi atsižvelgiant į pelno dydžio maksimizavimą, kaip teigia Mackevičius, J. (2007) svarbus veiksnys tampa ir rizika. Vadovams svarbu parengti tokią įmonės strategiją, kad pelno ir rizikos santykis būtų taip pat ir optimalus. Nors yra teigiama, kad tarp rizikos ir pelno yra tiesioginė priklausomybė, vadovai turi žinoti, kad ne visada didesnė rizika leis pasiekti ir maksimalų pelną.

K. Kindsfaterienė (2008) teigia, kad organizacijos sėkmę taip pat gali užtikrinti nuolatinis:

- *naujos produkcijos kūrimas ir realizavimas* (pvz.: atlikus apžvalginį tyrimą ir pastebėjus poreikį naujo produkto rinkoje realizavimui leistų įmonei sukurti daugiau pajamų iš pardavimų);
- *sėkmingas rinkų bei pavienių segmentų valdymas* (pvz.: įmonė, kuri sėkmingai valdo pavienius segmentus turi didesnes galimybes gauti norimą pelno sumą, nes efektyviau yra paskirstomos lėšos ir darbai);
- *racionalus visų rūšių išteklių panaudojimas* (pvz.: racionalus išteklių naudojimas suteiktų įmonei galimybę sumažinti veiklos sąnaudas ir uždirbti didesnę pelną);
- *kuriamos produkcijos kokybės gerinimas, siekiant tenkinti vartotojų poreikius, diegiant naujausius mokslo laimėjimus* (pvz.: dabartiniam vartotojui yra labai svarbi produkto kokybė, todėl įmonės prestižo ir pasitikėjimo ja lygis pakiltų, o tuo pačiu ir padidėtų pardavimai, jei įmonė gerintų produkcijos kokybę).

Boumol W. J., Blinde A. S. (2004) pateikia tris principus, kuriuos siūlo taikyti įmonėms: minimizavimo principas - numatant pardavimų apimtį pasiekti mažiausiomis sąnaudomis, optimizavimo - ieškant palankiausio pajamų ir sąnaudų santykio bei maksimizavimo - numatant

turimomis sąnaudomis gauti didžiausias pajamas. Tačiau siekiant pelno didinimo, reikia žinoti rezervus, kuriuos tinkamai valdant būtų galima tai pasiekti.



1.5 pav. **Pelno didinimo rezervai**

Šaltinis: Bagdžiūnienė, V. (2013). *Finansinių ataskaitų analizė*. Vilnius: Conto litera.

Gamybos apimtis, produkto kaina ir įmonės pelnas turi tam tikrą funkcinę priklausomybę, todėl maksimalų pelną galima pasiekti per tam tikrą minėtų veiksnių derinį.

Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I. (2009) analizuodama pelną, ir jo didėjimo galimybes išskiria kelis pelno maksimizavimo atvejus:

- kai ribinės sąnaudos yra mažesnės už ribines pajamas, yra gaunamas maksimalus ekonominis pelnas
- kai vidutinės bendros sąnaudos yra lygios ribinėms pajamoms, tokiu atveju įmonė negauna ekonominio pelno, jis lygus nuliui.
- kai ribinės pajamos yra didesnės už vidutinių kintamų sąnaudų minimumą tačiau nebeįdengia 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.
- kai rinkos kaina yra lygi vidutinių kintamų sąnaudų minimumui arba žemiau už jį. Tokiu atveju įmonė turi nutraukti savo veiklą

Šlekiene, D., Klimavičienė, I. (2000) ir Baumol, W., J., Blinder, A., S. (1994) pritardami autorių mintims teigia, kad gamybos apimtys didinimas leidžia sumažinti prekių savikainą, tačiau gali pareikalauti didesnių veiklos išlaidų, todėl priimant sprendimus, susijusius su pelno maksimizavimu, būtina žinoti ribinių pajamų ir išlaidų teoriją. Jakutis, A. (2007) taip pat

analizuodamas pelno pokyčius, sukonkretina anksčiau minėtų autorių mintis ir pateikia tokią *pelno maksimizavimo taisyklę* - konkuruojančioji firma trumpuoju laikotarpiu maksimizuoja pelną ar minimizuoja nuostolius gamindama produktų kiekį, tenkinantį lygybę  $MR = P = MC$ , kai kaina yra didesnė už vidutinių kintamųjų kaštų minimumą ir ribinių kaštų kreivė yra kylanti aukštyn iš kairės į dešinę. Taip pat Šlekienė, D., Klimavičienė, I. (2000) pateikė išvadą, kad pagal šią lygybę rasta apimtis priklauso taip pat ir nuo paklausos. Jeigu produkcijos paklausa yra elastinga, tai gamybos apimties padidėjimas ir kainų sumažinimas sparčiai padidins pardavimų apimtį, tačiau jei būtų priešingai, kad paklausa neelastinga – prekės kainos sumažinimas nepaskatins didesnių atsiperkančių pardavimų. Taigi, išanalizavus mokslinę literatūrą ribines pajamas ir išlaidas pagal ribinių pajamų ir išlaidų teoriją yra skaičiuojamos pagal pateiktas formules.

$$P = (P \cdot Q) - S \rightarrow \max$$

Produkcijos kainos ir kiekio priklausomybę parodo lygtis:  $P = a_0 + a_1Q$ , o gamybos išlaidų ir produkcijos kiekio priklausomybę:  $S = b_0 + b_1Q$ . Šių lygčių parametrų reikšmės randamos mažųjų kvadratų metodo pagalba sudarant sistemas:

$$\left\{ \begin{array}{l} na_0 + a_1 \sum Q_i = \sum p_i \\ a_0 \sum Q_i + a_1 \sum Q_i^2 = \sum p_i Q_i \end{array} \right\}$$

$$\left\{ \begin{array}{l} nb_0 + b_1 \sum Q_i = \sum S_i \\ b_0 \sum Q_i + b_1 \sum Q_i^2 = \sum S_i Q_i \end{array} \right\}$$

n = analizuojamų laikotarpių skaičius;

p = produkcijos kaina;

Q = pardavimų apimtis;

S = gamybos išlaidos (Šlekienė, D., Klimavičienė, I. 2000).

Taip pat Bagdonas, E., Kazlauskienė, E. (2002) akcentuoja, jog reikia atkreipti dėmesį į tai, kad siekiant padidinti gaunamą pelną ne visada padidėja ir pelningumas, nes tai dar priklauso ir nuo sąnaudų dydžio. Todėl Gronskas, V. (2008) taip pat pabrėžia, kad visų pirma įmonė siekdama padidinti pelną, turi išsamiai analizuoti išlaidas visais galimais pjūviais.

Vykstantys globaliniai pokyčiai keičia organizacijos vertę kuriančių veiksnių pobūdį, o tai savo ruožtu lemia jų vertinimo ir valdymo problemą. Tokiu būdu veiklos vertinimo sistema tampa vis svarbesnė veikiant šiuolaikinėje verslo aplinkoje. Labai svarbu nagrinėti veiklos vertinimą iš pokyčių pozicijos, kadangi organizacija turi nuolat tobulėti ir reaguoti į naujas technologijas Gimžauskienė, E., Klovienė, L. (2010). Taip pat pasak Valančienė, L., Gimžauskienė, E. (2009)

kiekvienoje organizacijoje veiklos vertinimas gali vykti objektyviai, remiantis rodikliais ir jų interpretavimu, vadinasi, išreikšta informacija ir žiniomis ir subjektyviai, remiantis intuicija ir patirtimi, t. y. labiau neišreikšto pobūdžio žiniomis. Abu šie aspektai būdingi kiekvienai organizacijai ir yra vienodai reikšmingi. Burkšaitienė, D. (2007) pabrėžia, kad teisingas įmonių vertės nustatymas ir jos valdymas padeda efektyviai paskirstyti ir naudoti išteklius, kurie turi būti nukreipiami į veiklos sritis, pajėgiančias geriausiai juos panaudoti. Tai svarbu visoms verslo organizavimo formoms – tiek pritraukiant kapitalą, tiek ir įsisavinant naujas rinkas bei produktus.

Įvertinti finansinę įmonės būklę ir veiklos rezultatus svarbu tiek patiems įmonių vadovams, siekiantiems sėkmingai plėtoti verslą ir tobulėti, tiek investuotojams, akcininkams, siekiantiems išsiaiškinti, į kurį verslą naudingiau investuoti, kurių įmonių akcijų verta įsigyti Gagilaitė, A., Boguslauskas, V. (2006). Rodiklių, kuriais remiantis galima įvertinti įmonės veiklą, iš tiesų yra daug ir įvairių. Gaunami rezultatai dažnai skiriasi, kartais net labai. Todėl Gagilaitė, A., Boguslauskas, V. (2006) teigia, kad norint įvertinti įmonę, jos veiklą, reikia atlikti kuo išsamesnę, įvairiapusišką analizę, t. y. atsižvelgti į kuo daugiau finansinių ir kitų rodiklių. Tačiau taip pat svarbus aspektas tampa patys rodikliai, jų tinkamumas analizei, todėl Roosas, G. (2005) išskiria sąlygas, kurios yra būtinos organizacijos veiklos vertinimui.

1.6 lentelė

### Reikalavimai rodikliams, pagal kuriuos vertinama įmonė

<b>Pilnumas</b>	Rodikliai turi atspindėti <i>visus</i> organizacijos išteklius ir tai, kaip jie yra naudojami.
<b>Išskirtinumas</b>	Tai padeda išvengti dubliavimosi. Rodiklis gali būti priimtinas matuoti, jei jokio jį sudarančio elemento nėra kitame matuojamajame rodiklyje.
<b>Nepriklausomumas</b>	Rodiklio reikšmė neturėtų kisti pasikeitus kitiems rodikliams.
<b>Adekvatumas</b>	Rodikliai skaitmenine išraiška turėtų būti adekvatūs matuojamajai empirinei sistemai.
<b>Tinkama matavimo skalė</b>	Socialinėje srityje netinkamos skalės pasirinkimas gali sutrukdyti teisingai interpretuoti gautus duomenis.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Roosas, G. (2005). *Intellectual Capital And Strategy: A Primer For Today's Manager. Handbook of Business Strategy.*

Vis didėjantis poreikis priimti greitus ir efektyvius sprendimus, sudaro sąlygas naujiems metodams, kurie būtų orientuoti į viso verslo efektyvumą. Kaip teigia, Sudnickas, T. (2008) nuo paprasčiausių matavimo rodiklių rinkinių yra pereinama prie sudėtingų veiklos matavimo rodiklių sistemų, kuriose matuojami ne tik jau pasiekti rezultatai, bet ir diagnozuojamas pasirengimas ateities veiklai. Viena iš tokių sistemų yra *subalansuotų rodiklių sistema*. Šios sistemos koncepcija remiasi prielaida, kad organizacijos vadovas privalo turėti subalansuotą matuojamų rodiklių rinkinį, apimančią finansinę, klientų, vidaus procesų bei inovacinę ir tobulėjimo sritis. Sližytė, A. (2009) pabrėžia, kad subalansuotų rodiklių sistemos tikslas yra suteikti vadovams visapusišką informaciją

apie jų vykdomą veiklą ir susikoncentruoti į kritines organizacijos veiklos sritis. Šios sistemos reikalingumą pagrindžia ir tai, kad įvairios grupės skirtingai vertina įmonę. Pirkėjai pirmiausia yra suinteresuoti įsigyjamų prekių kokybe bei jų naudojimo laikotarpiu, tiekėjams svarbus yra įmonės mokumas, savalaikis atsiskaitymas už prekes bei tolesnė jų prekių paklausa, įmonės darbuotojai domisi jiems palankia atlyginimų ir premijų sistema, kreditoriams (skolintojams) yra svarbus įmonės finansinis pajėgumas – likvidumas bei pelningumas, valstybės institucijoms svarbus įmonės uždirbamas pelnas Pelurytytė, E. (2007).

Taigi, išsamiai analizuojant pelną, bei pelno maksimizavimo galimybes būtina vertinti ir bendrąsias įmonės pelno kitimo tendencijas, tam naudojamos žemiau pateiktos analizės.

*Vertikaliosios analizės* esmę sudaro tai, kad atitinkamas finansinės ataskaitos rodiklis lyginamas su bendru baziniu tos ataskaitos rodikliu, o gautas dydis išreiškiamas bazinio dydžio procentais (Smalenskas, G. 2000). Ši analizė leidžia išskirti neigiamus įmonės veiklos pokyčius ir atlikti finansinės būklės įvertinimą lyginamosios analizės būdu. *Horizontali analizė* – tai pasirinktų dviejų ar daugiau metų finansinių ataskaitų duomenų palyginimas. Dažniausiai išėities tašku pasirenkamas tam tikras ataskaitinis laikotarpis, vadinamas baziniu laikotarpiu, ir visi po jo einantys metai analizuojami apskaičiuojant augimo tempą arba prieaugio koeficientus (Garšvienė, L., Ruplienė, D. 2007). Šios analizės svarbą pabrėžia Zelgalve, E., Zaharčenko, A. (2012) teigdami, kad tai leidžia greitai ir tiksliai nustatyti veiklos pokyčius per tam tikrą laiką.

*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 (Mackevičius, J., Poškaitė, D. 1998).

Įmonės *pelno segmentų analizė* reikalinga dėl šių priežasčių (Bagdžiūnienė, V. 2006):

- Įmonės sėkmė, kuri matuojama santykinio jos pelningumo dydžiu, nes vienos šakos pelningumas gali būti labai didelis, o kitos – mažas;
- Leidžia vadovybei nustatyti pelno susidarymo centrus, išskirti vidinius ir išorinius pelno susidarymo šaltinius;
- Leidžia nustatyti pelningumo požiūriu „patrauklias ir nepatrauklias“ įmonės veiklas;
- Sudaro pagrindą įmonės strateginiam planavimui galima nustatyti veiklas, kurios bus plečiamos, ir atsisakyti nepelningų;
- Leidžia patikrinti įmonės plėtros kryptis.

Taip pat Snieška V. ir kt. (2002) pelno maksimizavimui pasiekti 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. Todėl, atsižvelgdama į gamybos kaštus ir rinkos diktuojamas kainas, įmonė 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 maksimizavimo finansinio vertinimo metodą. Norint maksimizuoti įmonės pelną, būtina pasiekti ribinių pajamų ir ribinių sąnaudų lygybę, tačiau apskaičiuoti optimalią pardavimų apimtį čia nepakanka, nes paprastai ji priklauso ne tik nuo gamybos sąnaudų, bet ir nuo paklausos rinkoje. Jeigu produkcijos paklausa yra elastinga, tai gamybos apimties išsivystymas ir kainų mažinimas sudarys galimybę ženkliai padidinti pardavimų apimtį, tačiau jei paklausa neelastinga, tai pardavimų apimties padidinimui reikės patirti didesnes netiesiogines veiklos sąnaudas. Bagdžiūnienė, V. (2006) teigia, kad siekiant maksimalaus pelno nemažiau svarbu yra atlikti ir lūžio taško analizę. Mackevičius, J. (2007) taip pat pabrėžia, kad ši analizė turi labai svarbią reikšmę įmonių vadovams, prieš priimant sprendimus dėl gamybos ir pardavimų apimties keitimo, produktų kainų nustatymo, bei išlaidų kontroliavimo, taip pat padeda spręsti įmonės plėtros problemas. Atlikta pelno lūžio analizė parodo, kokia turi būti produkcijos apimtis ir kaina, kad įmonė nepatirtų veiklos nuostolių, t.y. kad iš gautų pajamų dar būtų padengiamos tiek pastovios, tiek kintamos išlaidos. Tačiau norint atlikti šią analizę turi būti tenkinamos šios prielaidos:

- Išlaidos turi būti suskirstytos į kintamas ir pastovias išlaidas;
- Pardavimo kainų stabilumas;
- Pardavimų skirtumas nuo pagamintos produkcijos minimalus;
- Kintamos išlaidos yra priklausomos tik nuo gamybos apimties.

Jei atliekant analizę šios prielaidos yra tenkinamos, tokia analizė yra daug tikslesnė ir efektyvesnė įmonių vadovams priimant sprendimus. Pasak Gronskas, V. (2006) pelno lūžio analizė gali būti atliekama lygybės principu, ribinio pelno metodika bei grafiniu būdu.

*Lygybės būdas:* taikoma tokia formulė:

**Pardavimo pajamos – kintamos išlaidos – pastovios išlaidos = pelnas;**

$$Kx = P_i + K_i x;$$

K = gaminio pardavimo kaina;  $P_i$  = pastovios išlaidos;  $K_i$  = gaminio kintamos išlaidos.

*Ribinio pelno būdas:*

$$\text{Kritinis pelningumo taškas (vienetais)} = \frac{\text{Pastovios išlaidos}}{\text{Vieno gaminio ribinis pelnas}};$$

$$\text{Vieno gaminio ribinis pelnas} = \frac{\text{Pardavimo pajamos} - \text{Kintamos išlaidos}}{\text{Parduotų vienetų skaičius}};$$

$$\text{Kritinis pelningumo taškas (vertinė išraiška)} = \frac{\text{Pastovios išlaidos}}{\text{Ribinio pelno koeficientas}};$$

$$\text{Ribinio pelno koeficientas} = 1 - \frac{\text{Kintamos išlaidos}}{\text{Pardavimo pajamos}};$$

*Grafinis būdas:*

Atskirai yra nubrėžiamos pajamų ir išlaidų tiesės, jų susikirtimo taškas ir yra traktuojamas kaip kritinis lūžio taškas. Į dešinę nuo šio taško yra pelno zona, o į kairę – nuostolio zona. Šis būdas yra naudingas tuom, kad juo galima nustatyti ne tik, kokios apimties gamyba yra pelninga, bet ir kokio dydžio nuostolį įmonė patirs, jeigu gamins mažesnę kiekį nei kritinis (Mackevičius, J. 2006).

*Apibendrinant išnagrinėtą užsienio ir šalies mokslininkų teorinę medžiagą galime teigti, kad pelnas yra susijęs su visais įmonės rodikliais, ir dėl šios priežasties yra labai reikšmingas. Įmonės, kurios analizuoja pelno susidarymą, priemones kuriomis galėtų jį padidinti, ir numato pelno panaudojimo būdus yra stabilesnės, pelningesnės ir patrauklesnės tiek klientams, tiek investuotojams. Tačiau, kaip buvo minėta teorijoje, nėra lengva išanalizuoti visus veiksnius lemiančius pelno dydį, todėl svarbu išsiskirti svarbiausius veiksnius galinčius lemti pelną ir sistemingai juos analizuoti. Taip pat įmonės būklę geriau atspindi ne pati pelno suma, o įmonės pelningumas, kuris suteikia patikimesnę ir išsamesnę informaciją.*

## 2. UAB „LIETUVOS DUONA“ VEIKLOS PELNINGUMO ANALIZĖ

### 2.1. Tyrimo metodika

Statistikoje yra daugybė įvairių metodų, kurie naudojami pelno analizei atlikti, ir kurie suteikia įvairiapusišką informaciją apie įmonės veiklos perspektyvas ir įmonės pelno bei pelningumo būklę.

Finansinių ataskaitų analizei, siekiant stebėti rodiklių pokyčius per tam tikrą laikotarpį pasitelkta *Horizontali PNA analizė* – rodiklių dinamika apskaičiuojama absoliučiais dydžiais ir procentais, kurie parodo didėjimo ar mažėjimo tendenciją laike. Taip pat tam tikslui yra naudojamos *Dinamikos eilutės* – tai rodiklio, atspindinčio vieną ar kitą reiškinį, skaitinių reikšmių eilutė, atspindinti jo kitimą laiko atžvilgiu (Valkauskas, R. 2007). Pasak J. Mackevičiaus dinamikos eilutės taikomos siekiant apibūdinti rodiklių kitimą laiko atžvilgiu, parodyti paeiliui einančias jų reikšmes, nustatyti raidos dėsningumus ir tendencijas.

Analizuojant įmonės pardavimo pajamas, pasitelktas indeksų metodas, norint išmatuoti produkcijos sezoniškumą pagal mėnesius. *Indeksai* – statistinis rodiklis, kuris keletu ar daugelio sujungtų autonomiškų indikatorių pagrindu charakterizuoja naują apibendrintą kompleksinį kintamąjį.

Analizuojant įvairius įmonės rodiklius, išsamesnę informaciją suteikia tai, kai tam tikra rodiklio reikšmė yra palyginama su ta pačia veikla užsiimančia įmone, ar ta pačia ūkio šaka, taigi tam pasitelkiamas *lyginimo metodas* – jame yra sugretinami mažiausiai du objektai. Lyginant nustatomos reiškinų kiekybinės ir kokybinės charakteristikos, įvertinami jų panašumai ir skirtumai (Juraitė, K. 2005). Taip pat lyginimui daugiau tinkami yra santykiniai rodikliai, taip pat skaičiuojant įmonės pelningumo rodiklius, naudojamas *santykinių rodiklių metodas* – jų naudojimas padeda objektyviai įvertinti įvairias įmonės veiklos sritis, atskleisti rezervus ir nepanaudotas pelningumo galimybes.

Kadangi rodiklių analizavimas tik per pokyčius neparodo rodiklio kaitos priežasčių, veiksniai lėmė tam tikrų rodiklių pokyčius analizuoti *grandininio keitimų metodu* – šis metodas suteikia galimybę apskaičiuoti veiksnių įtaką konkrečiam rodikliui. Kiekvienas bazinis rodiklis keičiamas faktiniu, kitus rodiklius paliekant nepakitusius. Tiriant paskutinio veiksnio įtaką visi rodikliai imami faktiniai. Rezultatas gautas po kiekvieno keitimo lyginamas su rezultatu gautu iki keitimo.

Magistriniame darbe norint nustatyti tiek vidinius, tiek išorinius veiksnius turinčius įtakos grynojo pelno sumos pokyčiams naudojami koreliacijos – regresijos metodai. *Koreliacija* – parodo

įvairaus masto priklausomybę tarp atskirų vienas su kitu susijusių, bet nevienodos krypties veiksnių. Koreliacijos koeficientas  $R$  gali turėti pliuso ar minuso ženklą: teigiamas rodiklis rodo tiesioginį ryšį, o neigiamas – atvirkštinį. Koreliacijos būdai ypač veiksmingi analizuojant darbo našumą, produkcijos savikainą, pelną ir kitus įmonės veiklos rodiklius (Mackevičius, J. 2007). Pagal gautas tiesinio koreliacijos koeficiento  $R$  reikšmes nustatoma ryšio stiprumo kokybinė charakteristika: iki 0,3 silpnas; 0,3 – 0,7 vidutinis; 0,7 – 0,9 stiprus; 0,9 – 0,99 labai stiprus. *Regresinė analizė* – įvertina priežastinį ryšį. Parodo kaip pasikeis priklausomo kintamojo reikšmė jo mato vienetais, nepriklausomam kintamajam pakitus vienu jo mato vienetu (Boguslauskas, V. 2007). *Determinacijos koeficientas* – parodo kiek procentų nepriklausomas kintamasis įtakoja priklausomo kintamojo kitimą.

Trečiojoje magistrinio darbo dalyje atliekant pelno modeliavimą ir rodiklių prognozavimą naudotas *Euristinis būdas* – tai neformalizuotas ekonominių uždavinių sprendimo būdas. Norint atlikti prognozavimą ir modeliavimą pasitelkiamas šis metodas pagrįstas intuicija, praėjusia ūkine situacija. Taip pat prognozavimas atliktas remiantis *scenarijų analize* – dažniausiai yra parengiami trys scenarijų variantai: optimistinis, realistinis ir pesimistinis. Pagrindinis šio metodo tikslas yra praplėsti žinojimo ribas apie potencialias grėsmes bei galimybes ir įtraukti jas į tolimesnius strateginius sprendimus (Crouhy, M., Galai, D., Mark, R. 2001).

## 2.2. UAB „Lietuvos duona“ veiklos charakteristika

„**Lietuvos duona**“ – viena seniausių lietuviško kapitalo duonos kepyklų. Įmonė įkurta 1953 metais Šiaurės regione, kuriame dėl apylinkėse esančių karstinių įgriuvų propaguojama ekologinė žemdirbystė. Ši įmonė taip pat yra Lietuvos maisto eksportuotojų asociacijos narė, taip pat priklauso AVS Prekybos sistemai. Pasitelkę protėvių išmintį ir modernią duonos gamybos technologiją, bendrovės specialistai siūlo platų produkcijos asortimentą: 100 proc. ruginę duoną, ruginę - kvietinę duoną, kvietinę duoną, batonus, duonos lazdeles (it. *Grissini*), prancūziškus raguolius (pranc. *croissant*), pyragus, bandeles, sausainius ir plokštinius.

Bendrovė gaminanti duonos, pyrago ir konditerijos gaminius, juos parduoda Lietuvos ir Europos sąjungos šalių rinkoje. Bendrovė turi keturiolika maisto prekių parduotuvių, kurios užsiima mažmenine duonos gaminių prekyba, keturios iš jų prekiauja ir pramoninėmis prekėmis. **Eksporto šalys:** Latvija, Graikija, Didžioji Britanija, USA.

Įmonės **misija** – suprasti vartotoją, gaminti ir realizuoti senas tradicijas išlaikančius ir šiuolaikiško žmogaus poreikius atitinkančius kokybiškus duonos ir konditerijos gaminius.

Įmonės **vertybės:** sąžiningumas; bendras tikslas; atvirumas; atsakomybė ir noras tobulėti.

Svarbiausias šios įmonės **tikslas** – pateikti aukščiausios kokybės gardų gaminį kiekvienam vartotojui. Nepakartojamą kepinų skonį ir kokybę garantuoja aukštos kokybės žaliavos, gamyboje taikomos naujausios technologijos ir daugiametė patirtis.

UAB „Lietuvos duona“ gaminama greitai užšaldyta produkcija pasižymi ilgu realizacijos laikotarpiu (iki 18 mėnesių) ir gaminiai vartotojus visame pasaulyje pasiekia su išsaugotomis skoninėmis savybėmis bei kvapais, todėl įvairių šalių prekybos vietose yra vertinama kaip kokybiško asortimento sudedamoji dalis. Naujausios žinios ir ilgametė patirtis leidžia kurti kokybiškus gaminius, kurie tenkina net įnoringiausių vartotojų lūkesčius. Nuolatinės investicijos į pažangias technologijas ir darbuotojų mokymus leidžia įmonei prisitaikyti prie šiuolaikinių rinkos reikalavimų – pateikti vartotojui aukščiausios kokybės gardų gaminį.

Šios įmonės „Grissini“ duonos lazdelės su rozmariniais buvo apdovanotos aukso medaliu konkurse „Lietuvos metų gaminy 2012“. Taip pat įmonė skirdama daug dėmesio marketingui, sukurtas naujas internetinis įmonės puslapis tapo geriausia interneto svetaine, LOGIN 2014 internetiniu svetainių apdovanojimuose. Taip pat įmonės vienas iš tikslų vis atnaujinti technologijas ir tapti šiuolaikiškos modernios gamybos įmone buvo įvertintos Lietuvos inovacijų centro kartu su Pramonininkų konfederacija bei Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra organizuojamame nacionaliniame konkurse „Inovacijų prizas 2012“ nugalėjo „Inovatyvios įmonės“ kategorijoje. Šis apdovanojimas jai suteiktas už gebėjimą efektyviai susieti lietuviškas duonos gamybos tradicijas ir naujausias technologijas. Taip pat, kadangi visi didžiausi įmonės akcininkai yra šeimos nariai, niekada nekyla problemų dėl to, kad geri įmonės finansiniai rodikliai netampa akcininkams išmokėtais dividendais, o grįžta į įmonę investicijų į naujus įrenginius pavidalu. 2013 m. inovacijoms skirta apie 348 tūkst. eur., o 2014 m., ši suma buvo net apie 600 tūkst. eur. Viena naujausių investicijų leido įsigyti itin modernų automatinį duonos kepimo įrenginį, aptarnaujantį krosnis, šį įrenginį įmonė turi vieninteliai Baltijos šalyse<sup>2</sup>

Įmonė nuo įsikūrimo pradžios vis plėtė savo veiklą, didino ne tik gamybos apimtį, bet ir plėtė gamybos sėchus, bei didino pardavimo centrų skaičių, kas reikalavo vis daugiau darbuotojų. Nors buvo tokių metų kai gamyba beveik nekito, tačiau darbuotojų skaičių per visą analizuojamą laikotarpį nemažėjo.

2.1 lentelė

#### Darbuotojų skaičiaus pokytis 2005 – 2014 m.

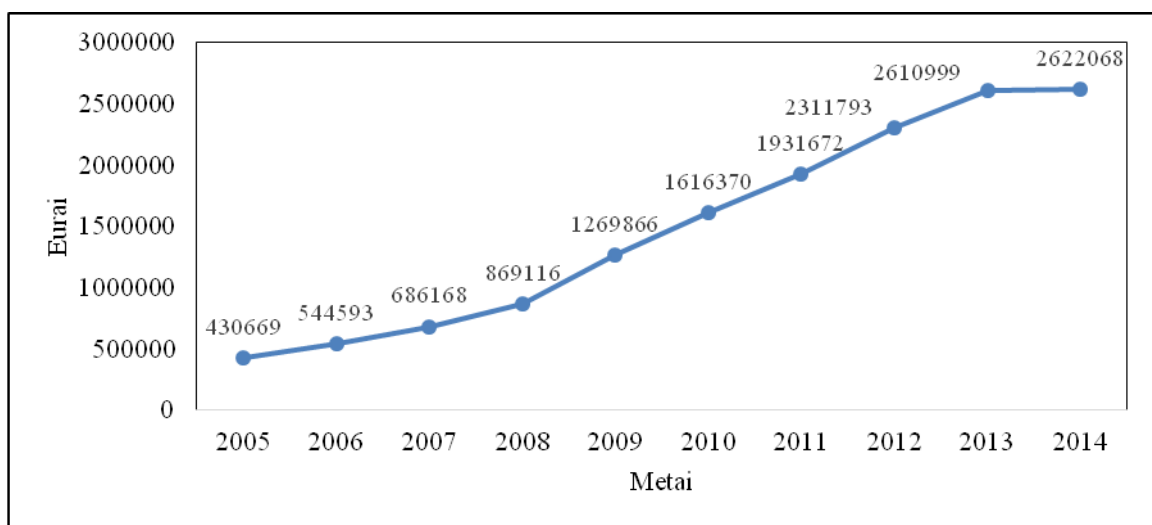
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Darbuotojų skaičius vnt.</b>	175	180	188	196	201	236	242	248	287	314

<sup>2</sup> Duomenys apie analizuojamą įmonę iš internetinio puslapio.

<b>Darbuotojų skaičiaus pokytis proc.</b>	-	2,86%	4,44%	4,26%	2,55%	17,41%	2,54%	2,48%	15,73%	9,41%
---	---	-------	-------	-------	-------	--------	-------	-------	--------	-------

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ darbuotojų skaičiaus duomenimis

Darbuotojų skaičius įmonėje daugiausia kito per 2010 m., kuomet darbuotojų skaičiaus didėjimą lėmė sparčiai besiplečianti gamyba ir įrengti nauji gamybos cechai, bei didėjantis gamybos asortimentas. Taip pat per visą analizuojamą laikotarpį įmonėje darbuotojų skaičius nebuvo mažinamas, nors ir investuota daug lėšų į gamybos modernizavimą, kuomet nemažą dalį darbo atlieka pati įranga, tačiau įmonė išsaugojo darbo vietas, dėl darbuotojų lojalumo ir galimybės darbuotojus perkvalifikuoti.



2.1 pav. UAB „Lietuvos duona“ nuosavo kapitalo reikšmės 2005 – 2014 m.

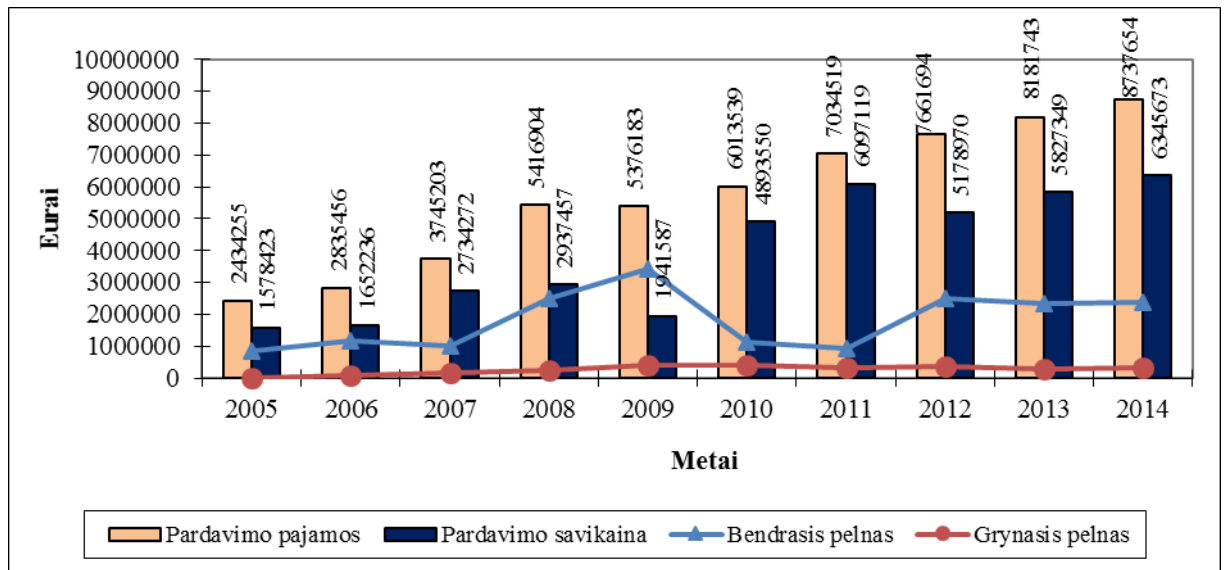
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės balansu.

Įmonės nuosavas kapitalas per visą analizuojamą laikotarpį vis didėjo. Tai lėmė didėjančios rezervų apimtys (privalomasis rezervas padidintas 2007 metais iki 29408 eur.) bei nepaskirstytasis pelnas.

### 2.3. UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno ir pelno segmentinis tyrimas

Siekiant įvertinti įmonės UAB „Lietuvos duona“ rodiklių dinamiką buvo atlikta pelno (nuostolių) ataskaitos horizontali analizė, kuri pateikiama 1 priede. Analizė apima 2005 – 2014 metų laikotarpį. Toks laikotarpis pasirinktas todėl, kad jis atspindi įmonės pelno kitimą, taip pat įmonės būklę prieš ekonominę krizę ir po jos.

Pardavimo pajamų, savikainos, bendrojo pelno ir grynojo pelno rodiklių reikšmės, analizuojamu laikotarpiu, pateiktos 2.2 paveiksle.



2.2 pav. **Pardavimo pajamų, savikainos, bendrojo pelno ir grynojo pelno rodiklių dinamika 2005 – 2014 m.**

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaita.

Per visą analizuojamą laikotarpį pardavimo pajamos didėjo, išskyrus 2009 metus, kuomet buvo nežymus mažėjimas, tik 0,75%. Didžiausias pokytis pastebimas 2008 metais, kuomet pardavimo pajamos padidėjo 44,64% palyginus su 2007 metais. Analizuojamo laikotarpio pardavimo pajamų didėjimas susijęs su įmonės nuosekliu judėjimu teigiama linkme. 2010 m. įmonė pakeitė savo logotipą, dėl šios priežasties parduodami gaminiai tapo daugiau matomi. Taip pat įmonė nuolat dalyvauja įvairiose parodose, gerina produktų kokybę ir nuolat plečią produktų asortimentą. Įmonė 2012 m. investavo 2 mln. Lt į modernią kepimo įrangą, kuri padėjo sumažinti sąnaudas ir padidinti gamybinius pajėgumus. Taip pat sparčiai vykdoma naujų gamybos patalpų statyba. Pardavimus didina ir didėjantis eksportas, daugiausia yra eksportuojama į Latviją, nes ji yra artima kaimynė ir galima pateikti šviežią produkciją, taip pat nemažai šaldytos produkcijos eksportuojama į Didžiąją Britaniją, kur eksportas didėja ir dėl Lietuvių emigracijos į šią šalį. Išsamiau analizuoti pardavimo pajamų sudėtį ir kitimo priežastis leidžia pardavimo pajamų struktūros analizė, kuri pateikta 2.2 lentelėje.

2.2 lentelė

**Pardavimo pajamų struktūra procentais nuo pardavimo pajamų**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Mažmeninės prekybos pajamos</b>	17,61%	10,96%	8,89%	8,52%	10,73%	12,03%	14,56%	15,91%	16,02%
<b>Gaminių pardavimo pajamos</b>	82,15%	88,89%	90,84%	90,90%	88,30%	87,66%	84,80%	83,90%	83,40%
<b>Žaliavų pardavimo pajamos</b>	0,01%	0,01%	0,01%	0,37%	0,68%	0,09%	0,10%	0,09%	0,12%
<b>Kitos</b>	0,24%	0,15%	0,26%	0,20%	0,29%	0,22%	0,54%	0,10%	0,46%

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ aiškinamaisiais raštais

Didžiausią pardavimo pajamų dalį sudaro mažmeninės prekybos pajamos ir gaminių pardavimo pajamos. Kaip jau buvo minėta, kad didžiausias pardavimo pajamų pokytis yra 2008 metus palyginus su 2007 metais. Tam įtakos turėjo padidėjusios gaminių pardavimo pajamos net 47,95%. Mažmeninės prekybos pajamos nuo 2010 metų vis didėjo, kadangi įmonė sparčiai plečia savo firminių parduotuvių tinklą visoje Lietuvoje, kasmet yra atidaromos bent dvi naujos parduotuvės. Taip pat vertinant įmonės pardavimo pajamas tikslinga atsižvelgti ir į sezoniskumą. Nors tokių produktų kaip duona pardavimai mažai kinta priklausomai nuo sezonų, tačiau kitų gaminamų gaminių pardavimai priklauso nuo metų laiko. Sezoniskumui nustatyti buvo apskaičiuoti sezoniskumo indeksai pagal 2005 – 2014 m. laikotarpį. Skaičiavimai pateikti 1 priede.

2.3 lentelė

**Sezoniskumo indeksai pagal pardavimo pajamas**

	Sausis	Vasaris	Kovas	Balandis	Gegužė	Birželis	Liepa	Rugpjūtis	Rugsėjis	Spalis	Lapkritis	Gruodis
<b>Sezoniskumo indeksas</b>	0,88	0,87	0,93	0,95	0,99	1,01	1,06	1,03	1,02	1,1	1,05	1,09

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis mėnesiniais pardavimais

Galime teigti, kad liepos, spalio ir gruodžio mėnesiais pardavimo pajamos nukrypsta nuo vidutinių pardavimo pajamų dydžių. 2005 – 2014 m. laikotarpiu, gruodžio mėnesį, sezoniskumas pasireiškia dėl artėjančių švenčių, kuomet yra perkama daugiau šventinių sausainių, pyragų, bandelių. Liepos mėnesį daugiausia padidėja lazdelių „Svogūnėlis“ pardavimai, kuomet žmonių įpročiai yra vasara daugiau vartoti lengvesnių produktų, bei užkandžių. Spalio mėnesį padidėja

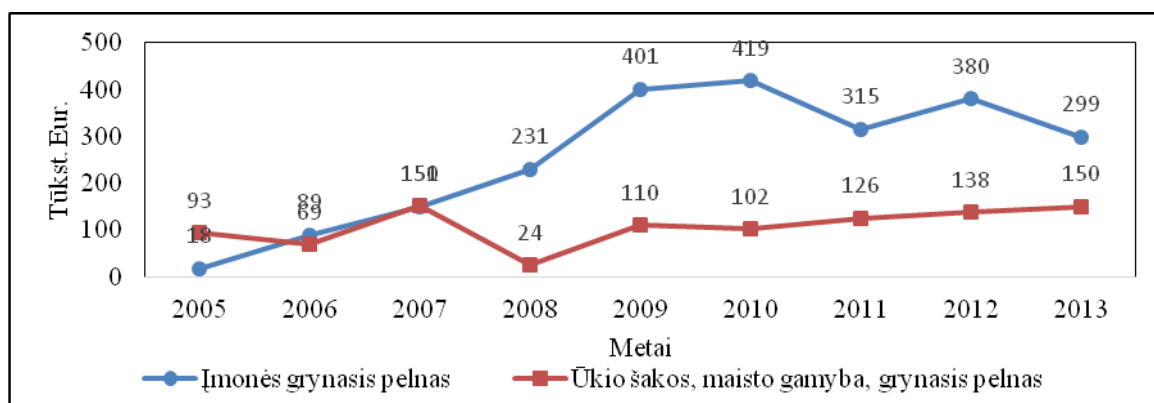


duonos produktų prekyba. Taigi, nors UAB „Lietuvos duona“ pardavimai nedaug priklauso nuo sezoniskumo, tačiau į juos atsižvelgti reikėtų didinant ar mažinant produktų kainas tam tikrais mėnesiais.

Didžiausią neigiamą įtaką įmonei pardavimų savikaina darė 2010 metais, kuomet ji išaugo net 152,04%. Tokį didėjimą galėjo įtakoti vis didėjančios žaliavų ir kuro kainos. 2010 metais brango pagrindinės žaliavos: miltų kaina net 51,43% (nuo 0,20 eur/kg iki 0,31 eur/kg), aliejaus kaina 8,16% (nuo 0,71 eur/kg iki 0,78 eur/kg), cukraus kaina 3,39% (nuo 0,51 eur/kg iki 0,53 eur/kg). 2009 metais pardavimų savikainos mažėjimas 33,90% turėjo teigiamą įtaką bendrojo pelno padidėjimui 38,52%. Savikainos mažėjimą taip pat ženkliai įtakojo žaliavų kainos, t.y. miltų kaina sumažėjo apie 20%, cukraus apie 30%. 2009 metais šiek tiek mažėjo dyzelino kainos, todėl tai irgi galėjo įtakoti savikainos mažėjimą, nes mažėjo gaminių transportavimo kaštai.

Įmonės bendrasis pelnas analizuojamu laikotarpiu kito netolygiai, dėl pardavimo pajamų ir pardavimo savikainos pokyčių. Daugiausia bendrojo pelno įmonė gavo 2009 metais, kuomet jis palyginus su 2008 metais padidėjo net 145,26%. To priežastis, kad pardavimų savikaina mažėjo žymiai spartesniu tempu nei pardavimų pajamos. Per 2010 metus bendrasis pelnas sumažėjo 67,39%, dėl net 152,04% padidėjusios savikainos. Taip pat 2006, 2008, 2009 ir 2012 metais bendrojo pelno didėjimo tempai buvo didesni už pardavimo pajamų ir pardavimo savikainos tempus. Iš to galime daryti išvadą, kad įmonės plėtra tais metais buvo intensyvi, nes įmonė stengiasi vis naujinti gamybos veiksmus, investuodama į naujas technologijas, įrengimus.

Analizuojant grynąjį pelną matoma, kad jis per visą analizuojamą laikotarpį didėjo, tik 2011 ir 2013 metais sumažėjo 21,29%. Grynojo pelno didžiausias pokytis pastebimas jau 2006 metais, kuomet jis padidėjo net 402,02%. Tai daugiausia lėmė 68,92% padidėjęs įprastinės veiklos pelnas bei 2006 metais įmonė nebepatyrė netekimų. Kadangi vienas iš svarbiausių įmonės rodiklių parodančių visos veiklos efektyvumą yra grynas pelnas, tikslinga jį palyginti su panašiausios ūkio šakos grynuoju pelnu.



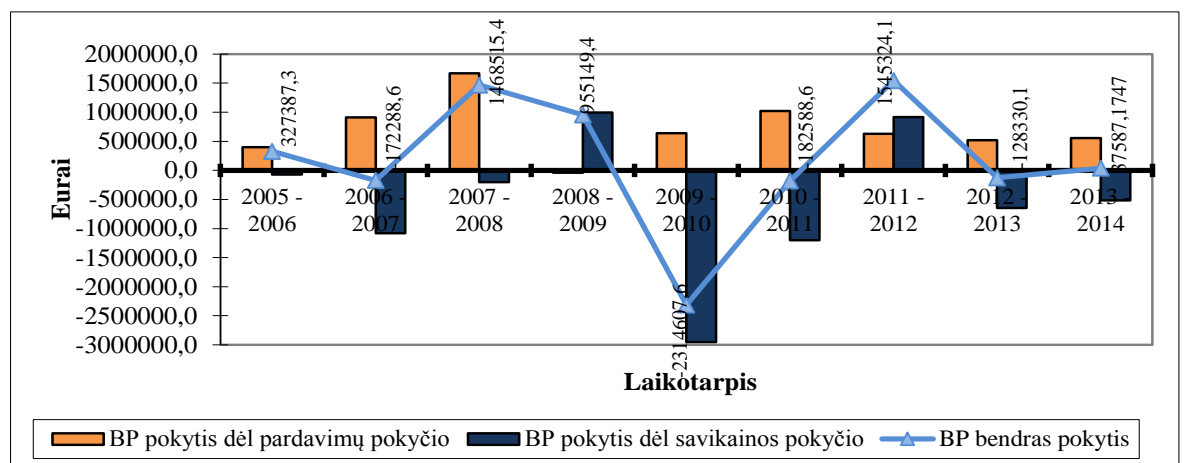
2.3 pav. UAB „Lietuvos duona“ ir ūkio šakos grynojo pelno palyginimas 2005 – 2013 m.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės PNA ir Statistikos departamento pateiktais duomenimis.

Lyginimas atliekamas su maisto gamyba užsiimančiomis įmonėmis, o grynojo pelno rodiklis pateiktas bendrą grynojo pelno rodiklio reikšmę padalinus iš tais metais veikiančių maisto gamybos įmonių. Taigi, UAB „Lietuvos duona“ ir maisto gamybos įmonių vidutinis grynojo pelno rodiklis kito netolygiai. Nuo 2007 metų įmonės grynasis pelnas buvo didesnis nei vidutinis rinkoje veikiančių tos pačios šakų įmonių. Tai parodo įmonės teisinga pardavimų strategija ir vis gerėjanti išlaidų valdymą ir kontrolę.

2008 ir 2009 metais pastebimas didžiausias atotrūkis tarp bendrojo pelno ir grynojo pelno. Tam įtakos turėjo vis didėja pardavimai ir mažėjanti pardavimų savikaina, nes šie du rodikliai sparčiai didino bendrąjį pelną, o grynojo pelno dalis didėjo mažesniu tempu.

Norint išsamiau išanalizuoti bendrojo pelno kitimą lemiančius veiksnius, buvo atlikta analizė, kurios metu išsiaiškinta, kas turi didesnę įtaką bendrajam pelnui pardavimo pajamos ar pardavimo savikaina.



#### 2.4 pav. UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno kitimą lemiantys veiksniai

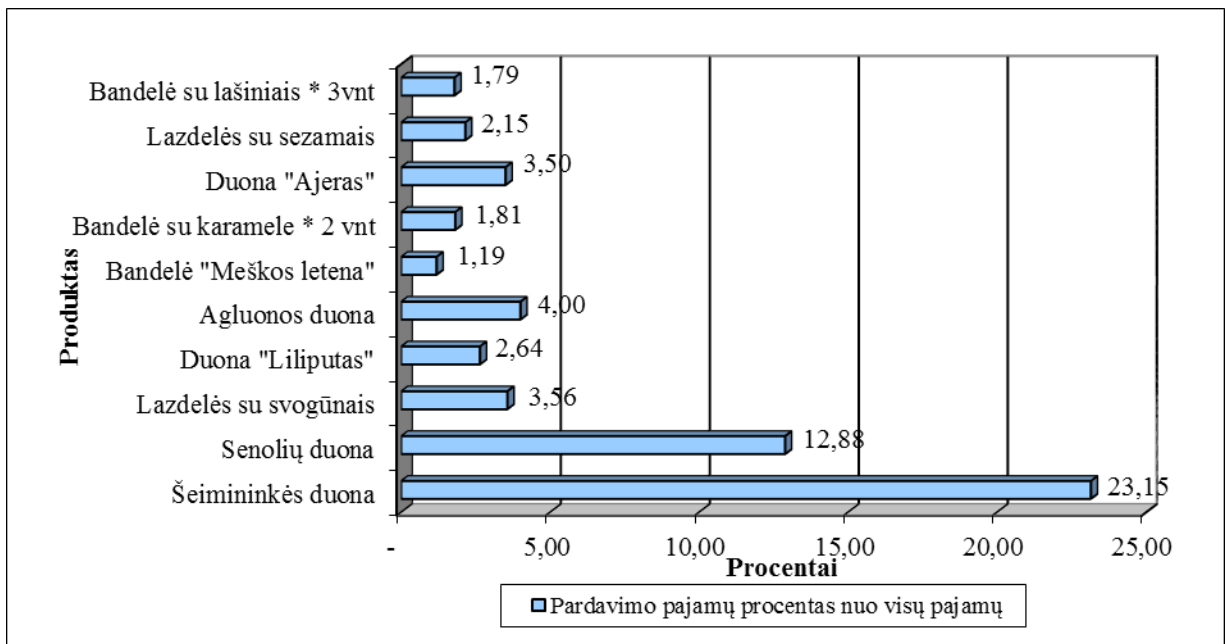
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaita.

Atlikus analizę, taikant grandinių keitimų metodą, nustatyta, kad per visą analizuojamą laikotarpį bendrojo pelno reikšmei įtakos turėjo tiek pardavimai tiek savikainos reikšmių pokyčiai. 2005 – 2006 metais bendrojo pelno pokyčiui įtakos daugiausia turėjo padidėję pardavimai. Pardavimų savikainos didėjimas darė neigiamą įtaką bendrajam pelnui, bet ji nebuvo tokia reikšminga, nes pardavimų pajamos didėjo spartesniu tempu nei pardavimų savikaina, t.y. 16,48% ir 4,68%. 2006 – 2007 metais pardavimų savikainai padidėjus 65,48%, o pardavimų pajamoms 32,08% matome, kad bendrojo pelno pokyčiui didesnę įtaką darė pardavimų savikainos didėjimas. Dėl šių priežasčių bendrasis pelnas sumažėjo 594878 Lt arba 14,56%. 2007 – 2008 metų

laikotarpiu bendrasis pelnas padidėjo 145,26%, ir šiam didėjimui įtakos turėjo net 44,64% padidėję pardavimai ir tik 7,43% padidėjusi pardavimų savikaina. 2008 – 2009 metais bendrojo pelno didėjimą lėmė pardavimų savikaina, kuri per visa analizuojamą laikotarpį tik šiuo laikotarpiu sumažėjo net 33,90%. Pardavimų pajamos šiek tiek mažino bendrąjį pelną, bet šis mažėjimas buvo nereikšmingas. 2009 – 2010 metų laikotarpiu bendrasis pelnas sumažėjo 2314608 eur., arba net 67,39%. Iš paveikslo matyti, kad tai lėmė labai padidėjusi pardavimų savikaina, kuri bendrąjį pelną mažino net 2951963 eur. Kadangi pardavimo pajamos didėjo tik 11,86%, šis didėjimas nepajėgė atsverti pardavimo savikainos ženklaus didėjimo. 2010 – 2011 metais bendrasis pelnas dar daugiau sumažėjo. Tam įtakos turėjo spartesni pardavimo savikainos didėjimo tempai už pardavimo pajamų didėjimą. Pardavimo savikaina bendrąjį pelną mažino 1203569 eur., o pardavimo pajamos didino - 1020980 eur. 2011 – 2012 metų laikotarpiu bendrasis pelnas padidėjo net 164,85%, dėl padidėjusių pardavimų ir sumažėjusios savikainos. 2012 – 2013 metais pardavimo savikainos kitimas darė didesnę įtaką bendrojo pelno kitimui, ir jis sumažėjo 5,17%. Šiuo laikotarpiu pardavimo savikaina padidėjo 12,52%. 2013 – 2014 metais bendrojo pelno didėjimą lėmė pardavimų pajamų didesnis didėjimas nei savikainos. Apibendrinant, galime teigti, kad per visą analizuojamą laikotarpį UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno kitimą daugiau lėmė pardavimų savikainos pokyčiai nei pajamų, todėl įmonė turėtų atkreipti didesnę dėmesį į pardavimo savikainos mažinimo galimybes, norint didinti bendrąjį pelną.

Plačiau nagrinėti bendrąjį pelną lemiančius veiksnius nebuvo įmanoma, nes pagal įvairių autorių pateiktus veiksnius, yra įtraukiamas kainų veiksnys, o esant daug ir skirtingų produktų, nustatyti bendras kainas nėra tikslinga. Todėl atlikta bendrojo pelno segmentinė ir bendrąjį pelną lemiančių veiksnių analizė.

Norint atlikti bendrojo pelno segmentinę analizę, reikia analizuoti visus įmonėje gaminamus produktus. Tačiau UAB „Lietuvos duona“ gamina labai daug ir skirtingų rūšių gaminių, todėl norint sistemingai ir išsamiai atlikti šią analizę, buvo išskirti tik dešimt produktų, kurių pardavimai yra didžiausi. Taigi, pirmiausia siekiant nustatyti, kokią įtaką bendrosioms pajamoms daro pajamos gautos iš dešimties pagrindinių produktų, buvo apskaičiuota kokią procentinę dalį bendrose pajamose sudaro kiekvieno produkto pajamos. Duomenys skaičiuoti pagal 2013 metų pardavimo apimtis ir kainas. Tačiau išskirti pagrindiniai produktai išlieka tokie patys ir kitais analizuojamais laikotarpiais.



2.5 pav. UAB „Lietuvos duona“ pajamų dalis bendrose pajamose pagal dešimt didžiausių apyvartą sudarančių produktų

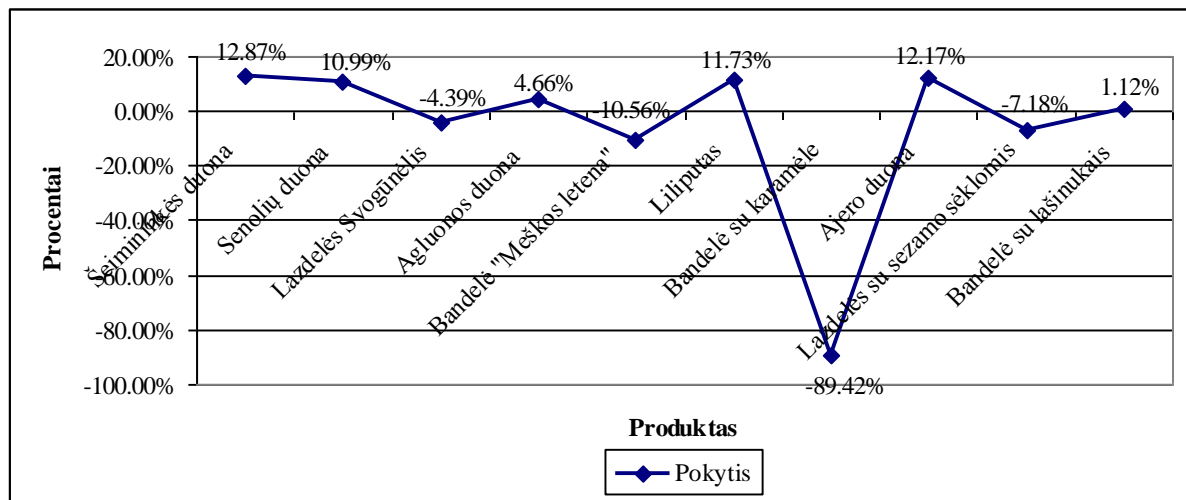
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ produktų pardavimais ir kainomis.

Analizuojant dešimt pagrindinių produktų pajamas, matyti, kad UAB „Lietuvos duona“ pagrindinis produktas, kurio pardavimai ir pajamų dalis visose pardavimuose yra didžiausios, yra Šeiminkės duona. Šios duonos pardavimai sudaro net 30,25%, o pajamų dalis 23,15%. Taip pat labai perkamas produktas pagal pardavimo kiekius yra Senolių duona, kurios pardavimai sudaro 16,84%, o pajamų dalis bendrose pajamose – 12,88%. Visi šie dešimt produktų sudaro 56,68% visų pardavimo pajamų ir net 84,42% visų pardavimo apimčių. Mažiausiai pardavimo pajamų iš šių analizuotų produktų suteikia bandelė „Meškos letena“, taip yra dėl to, kad jos pardavimų apimtys šiuo atveju yra mažiausios.

Kadangi analizuojant pelną labai svarbus yra kainų veiksnys, buvo atlikta paklausos svyravimų analizė pakitus kainoms pagal dešimt didžiausių apyvartą sudarančių produktų. Kadangi šių produktų pardavimai yra didžiausi ir iš jų gaunamos pajamos taip pat reikšmingos, todėl paklausos svyravimai pakitus kainoms yra labai svarbūs ir suteikia įmonei informacijos apie tai, kurių produktų kainas verta didinti, norint gauti didesnę pelną, o kurių produktų kainų didinimo reiktų stengtis atsisakyti.

Nors esama aibė kitų faktorių, kurie galėjo turėti įtakos kiekių pasikeitimams, tačiau nuo jų analizėje atsiribota. Paklausos svyravimai analizuoti 2011 metais birželio mėnesį, kuomet buvo pakeltos visų gaminių kainos vidutiniškai 6% ir 2013 metais kuomet vėl buvo keliamos kainos,

tačiau tik tam tikrų gaminių.

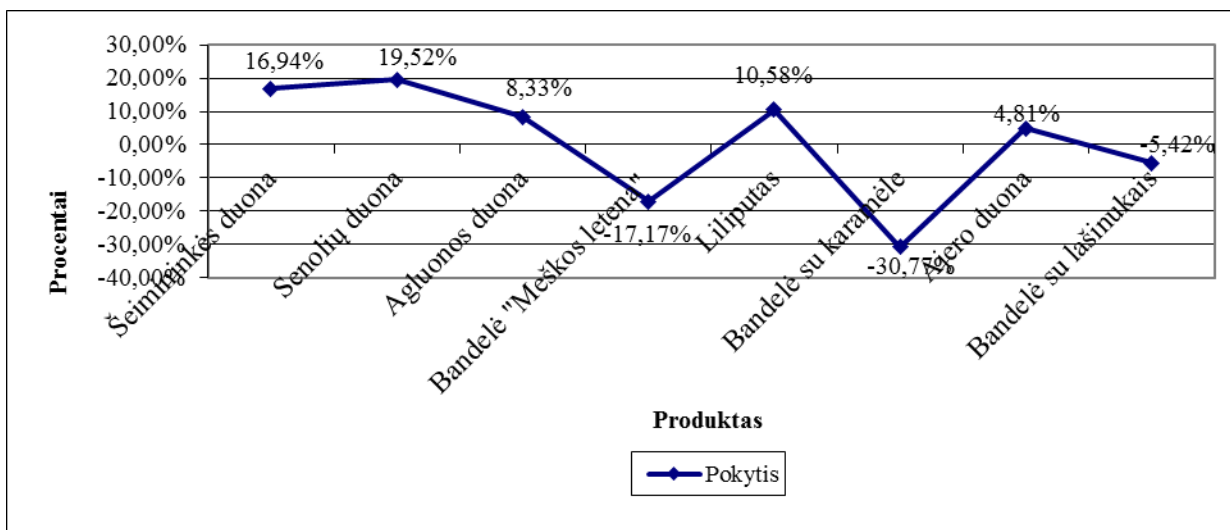


2.6 pav. Didžiausią apyvartą sudarančių produktų paklausos svyravimai pakitus kainoms 2011 m. gegužės - liepos mėnesiais

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ skirtingų produktų pardavimų kiekiais.

Iš 2.6 paveikslo matyti, kad duonos paklausa yra neelastinga, t.y. vartotojui ji yra būtinumo prekė, ir kainos nedaro įtakos pardavimams. Netgi yra pastebimas atvirkštinis procesas, kuomet padidėjus kainoms, Šeiminingės, Senolių, Agluonos Liliputo ir Ajero duonų pardavimai taip pat padidėjo. Nors tai būtų galima paaiškinti ir tuo, kad tai galėjo lemti veiksniai neįtraukti į šią analizę, tačiau atsižvelgiant į tai, kad vartotojų požiūriu duona yra labai vertinama, todėl nedideli kainų pokyčiai neturėtų pakeisti vartotojų įpročių ir mažinti pardavimų. Iš nagrinėjamų produktų pardavimų apimtys, dėl kainų padidėjimo, labiausiai sumažėjo bandelių su karamėle. Tam įtakos turi tai, kad bandelių, vartotojų požiūriu, galima atsisakyti padidėjus kainoms, nes jos nėra būtinumo prekė. Sumažėjęs perkamumas pastebimas ir lazdelių „Svogūnelis“, bandelių „Meškos letena“ ir lazdelių su sezamo sėklomis.

Kitas kainų kėlimas atliktas 2013 m. kuomet kainos didėjo nevisų produktų. Didinant kainas tik pagrindinių produktų, nes manyta, kad būtent šių produktų kainų didinimas neskatins pardavimų kiekių mažėjimo. Paklausos elastingumas analizuotas aštuonių pagrindinių produktų, kadangi lazdelės „Svogūnelis“ ir lazdelės su sezamo sėklomis kainos analizuojamu laikotarpiu nebuvo keistos.



2.7 pav. Didžiausią apyvartą sudarančių produktų paklausos svyravimai pakitus kainoms 2013 m. sausio - kovo mėnesiais

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ skirtingų produktų pardavimų kiekiais.

Prieš tai nustatyta, kad bandelės jautriai reaguoja į kainų pokyčius, taigi, šis antras kainų kėlimas tai tik patvirtina, kadangi bandelių pardavimai, pakilus kainoms sumažėjo, ir priešingai nei tikėtasi kainų didinimas paskatino pardavimų kiekių mažėjimą. Tuo pačiu toks įmonės sprendimas lėmė ir pajamų sumažėjimą. Labiausiai jautrios kainų pokyčiams, kaip ir pirmuoju kainų didinimu, yra bandelės su karamėle, tačiau pardavimai mažėjo mažesniu tempu, t.y. 30.77 proc.

Atlikus paklausos svyravimų analizę galima daryti išvadą, kad įmonei naudinga yra šiek tiek didinti duonos gaminių kainas, bet bandelių kainų kėlimo reiktų atsisakyti, nes tai gali labai sumažinti jų pardavimus. Tačiau kainų kaita nėra vien įmonės sprendimas, nemaža dalimi sprendimus įtakoja ir prekybos centrai, kuriuose yra realizuojama tam tikra dalis produkcijos. 2.4 lentelėje pateiktas analizuojamų pagrindinių produktų pardavimo kiekiai pagal prekybos centrus. Įmonė prekybos centruose realizuoja apie 50 proc. savo produkcijos, todėl didele dalimi yra priklausoma ir nuo prekybos centrų taisyklių ir reikalavimų. Daugiausia gaminių yra parduodama MAXIMA ir RIVONA prekybos centruose. Juose parduvinėjami visi pagrindiniai dešimt produktų, išskyrus bandelę „Meškos letena“, kuria MAXIMA prekybos centruose nėra prekiaujama. Iš analizuojamų prekybos centrų mažiausią dalį užima prekybos centras PALINK.

**Produktų pardavimai pagal prekybos centrus vnt.**

Produktas	MAXIMA	RIVONA	RIMI	PRISMA	PALINK	Pardavimų prekybos centruose dalis bendruose pardavimuose %
Šeiminkės duona	463395	319321	75672	90	32624	41,88
Senolių duona	281735	151381	67158	8963	23731	45,00
Lazdelės su svogūnais	109187	71946	31358	4248	0	49,05
Agluonos duona	101742	82275	0	0	0	41,68
Duona "Liliputas"	108427	62879	0	5286	0	47,98
Bandelė "Meškos letena"	0	121296	54903	5859	0	60,00
Bandelė su karamele * 2 vnt	58325	114815	0	0	0	57,18
Duona "Ajeris"	13329	106281	35373	9954	0	56,42
Lazdelės su sezamais	92623	57042	0	3384	0	60,00
Bandelė su lašiniiais * 3vnt	42590	85755	0	4658	0	60,00

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės pardavimais

Iš pagrindinių dešimties produktų daugiausia prekybos centruose yra parduodama bandelių. Likusi produkcijos dalis yra parduodama savo firminėse parduotuvėse. Kadangi taip atsiranda galimybė daugiau reguliuoti netik gaminių kainas, bet ir asortimentą, pardavimo kiekius, kiekvienais metais firminių parduotuvių skaičius vis didėja. Tačiau rekomenduočiau nemažinti produktų kiekių tiekimo į prekybos centrus, kadangi pelnas gautas iš tokios realizacijos sudaro daugiau nei pusę viso gaunamo pelno, o tai suteikia įmonei vis didesnes plėtros galimybes.

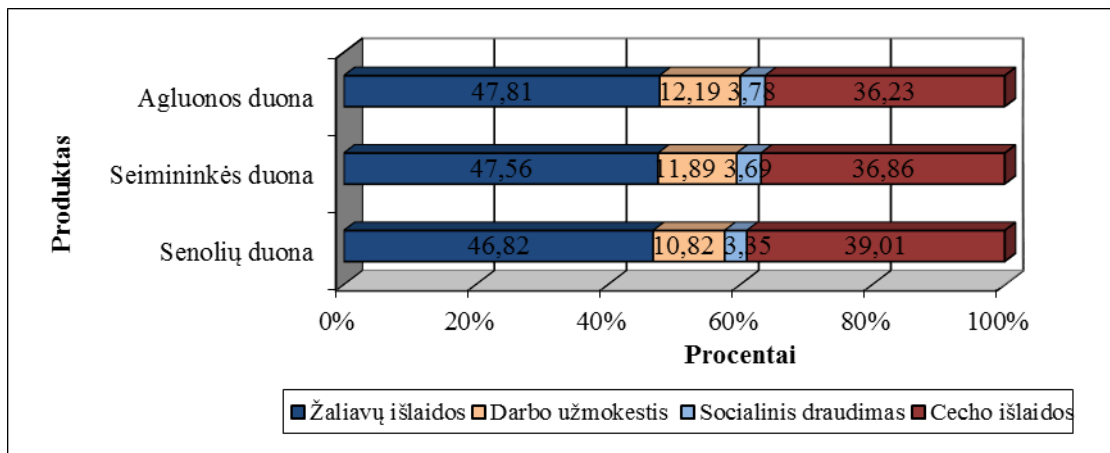
Analizuojant įmonės pelną be pardavimo pajamų labai svarbus yra ir išlaidų rodiklis. Analizuojant pagal segmentinę analizę pagrindinėmis išlaidomis tampa produkto savikainos reikšmės.

**Savikainos struktūra 100 kg., eur.**

	Šeiminkės duona	Senolių duona	Agluonos duona
Žaliavų išlaidos	41,11	38,24	42,04
Darbo užmokestis	10,28	8,83	10,72
Socialinis draudimas	3,19	2,74	3,32
Cecho išlaidos	31,86	31,86	31,86
<b>Savikaina</b>	<b>86,44</b>	<b>81,67</b>	<b>87,94</b>

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės kalkuliacijos skaičiavimu

Iš lentelės matyti, kad analizuojamų trijų pagrindinių duonų didžiausia savikaina yra Agluonos duonos. Tai įtakoja naudojamos brangesnės žaliavos, bei didesnis jų kiekis. Šios duonos vienos pakuotės (500g.) savikaina 0,44 eur., kai tuo tapu kaina 0,89 eur. Taigi savikaina sudaro apie 50% gaminio kainos.



2.8 pav. Savikainos struktūros procentinė dalis pagal produktus

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis produktų kalkuliacijos skaičiavimu

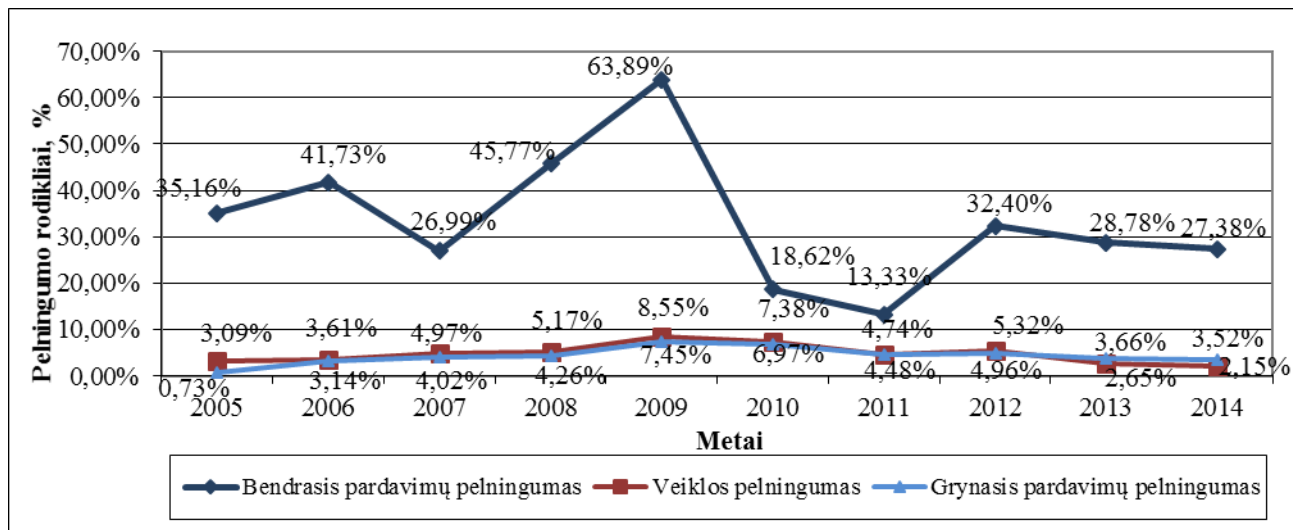
Trijų analizuojamų duonų didžiausią dalį savikainos sudaro išlaidos žaliavoms įsigyti, vidutiniškai 47,40%. Kadangi žaliavų kainos gana dažnai kinta ir linkusios didėti, įmonei reiktų stengtis išlaikyti stabilias kainas ir kokybę. Tačiau žaliavų kainos labai daug priklauso nuo kokybės, todėl stipraus žaliavų išlaidų mažėjimo nereiktų siekti, nes tai gali atsiliiepti gaminių kokybei, o kartu tai sumažintų pardavimus ir klientų pasitikėjimą įmone. Taip pat nagrinėjamų duonų didelę procentinę dalį sudaro ir cecho išlaidos apie 37,37%. Cecho išlaidos, tai išlaidos įrengimų priežiūrai ir remontui, renovacijos išlaidos, jei yra atliekama renovacija konkrečiame ceche, ir gaminių transportavimo išlaidos. Kadangi kuras vis brangsta, įmonės transportavimo išlaidos didėja, o kartu ir bendra savikaina. Nors įmonės pardavimų savikaina dažnai kinta, dėl sudedamųjų dalių pokyčių, įmonė stengiasi nedidinti dėl to gaminių kainų, ir pelno didėjimo siekia kitais būdais.

*Apibendrinant galima teigti, jog UAB „Lietuvos duona“ pelningiausi gaminiai yra Šeimininkės ir Senolių duona. Taip pat atlikta paklausos analizė leidžia teigti, kad įmonės pelningiausi produktai (duona) nėra elastingi, ir tai suteikia įmonei galimybę didinti šių gaminių kainas, taip siekiant gauti didesnes pardavimo pajamas. Tačiau kiti pelningi produktai, tokie kaip bandelės, jautriai reaguoja į kainų didėjimą, todėl mano manymu kainų pokyčiai nėra tas veiksnys, kuris visumoje labai didintų bendrąjį įmonės pelną.*



## 2.4. UAB „Lietuvos duona“ pelningumo rodiklių tyrimas

Santykiniai rodikliai gali būti skirstomi į daugelį rūšių, tačiau šiame darbe nagrinėti tik pelningumo ir efektyvumo rodikliai. Pelningumo analizei atlikti buvo apskaičiuoti pardavimo, turto ir nuosavo kapitalo pelningumo rodikliai. Didėjant pardavimų pajamų ir savikainos apimtims, kinta ir pelningumo rodiklių reikšmės, todėl įmonei svarbu stebėti kitimo tempus ir analizuoti jų galimas priežastis.



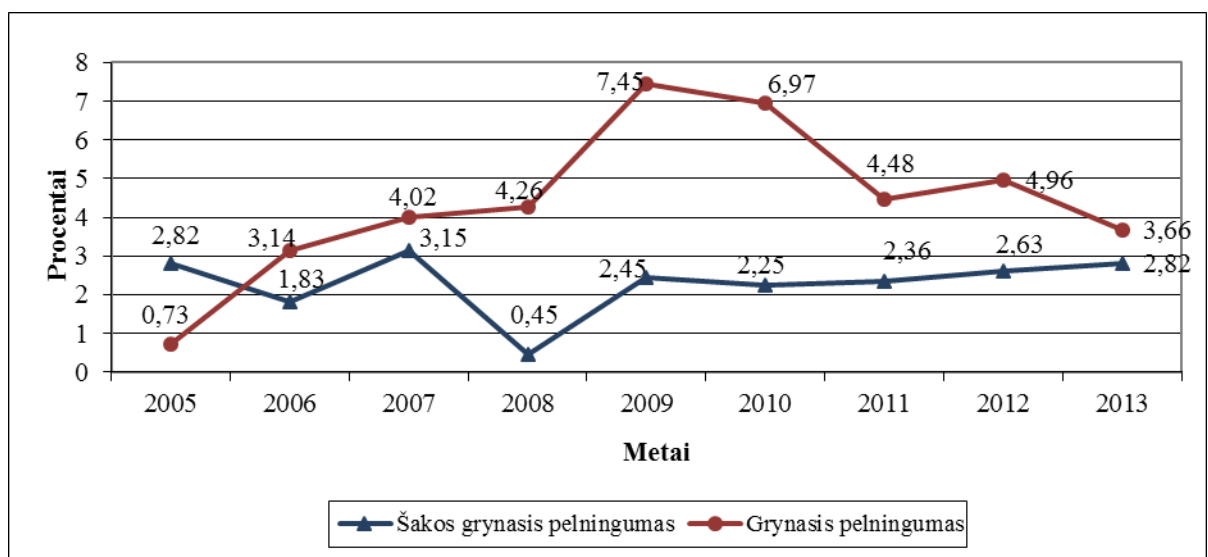
2.9 pav. UAB „Lietuvos duona“ pardavimų pelningumo rodiklių dinamika 2005 – 2014 m.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaita.

Analizuojamos įmonės veiklos pelningumų reikšmės didžiausios buvo 2009 metais. Šiais metais įmonė gavo didžiausią bendrojo pelno sumą, dėl 33,90% sumažėjusios pardavimų savikainos. 2010 metais pastebimas visų analizuojamų rodiklių mažėjimas. Didžiausias mažėjimas buvo bendrojo pardavimų pelningumo, kuris sumažėjo net 45,26%. Tokiam staigiam pokyčiui įtakos turėjo labai padidėjusi pardavimų savikaina net 152,04%, kuri, kaip jau buvo minėta, galėjo didėti dėl išaugusių žaliavų kainų. 2011 metais bendrasis pelningumas dar daugiau sumažėjo ir pagal nustatytas rodiklio reikšmes buvo tik patenkinamo lygio. Visu analizuojamu laikotarpiu, išskyrus 2009 ir 2010 metus, grynasis pardavimų pelningumas buvo nepatenkinamo lygio. 2012 metais matomas šio rodiklio didėjimas, tačiau 2013 metais fiksuojamas mažėjimas, ir rodiklio reikšmė tampa labai maža, tik 3,66%. Veiklos pelningumas visu laikotarpiu didėjo, tik nuo 2010 metų pradėjo mažėti ir 2014 metais siekia tik 2,15%. Tarp grynojo pardavimų pelningumo ir kitų dviejų analizuotų pelningumų yra gana didelis atotrūkis, tik 2010 ir 2011 metais jis yra mažesnis. To priežastis, tokia, kad bendrasis pelnas yra didžiausias, lyginant su veiklos ir grynojo pelnu.

Taip pat skirtumas tarp bendrojo ir grynojo pelningumo rodiklių atspindi veiklos sąnaudas. Labai didelė bendrojo pelno dalis (2008 m. - 88,7%; 2009 m. - 86,62%) sunaudojama veiklos sąnaudoms padengti.

Analizuojant įmonės pelningumą geriau suprasti įmonės būklę padeda pelningumo palyginimas su kitomis panašia veikla užsiimančiomis įmonėmis. Tačiau gauti kitų Lietuvos duonos įmonių pelningumo rodiklių nepavyko, todėl UAB „Lietuvos duona“ grynasis pelningumas taip pat palygintas su šakos (maisto pramonės) grynuoju pelningumu. Lyginimui pasirinktas grynasis pelningumas todėl, kad analizuojamu laikotarpiu jis buvo mažiausias ir pagal nustatytas reikšmes nepatenkinamo lygio. Todėl analize norėta išsiaiškinti ar įmonei reiktų atkreipti didesnę dėmesį į šį rodiklį, dėl jo mažų reikšmių.

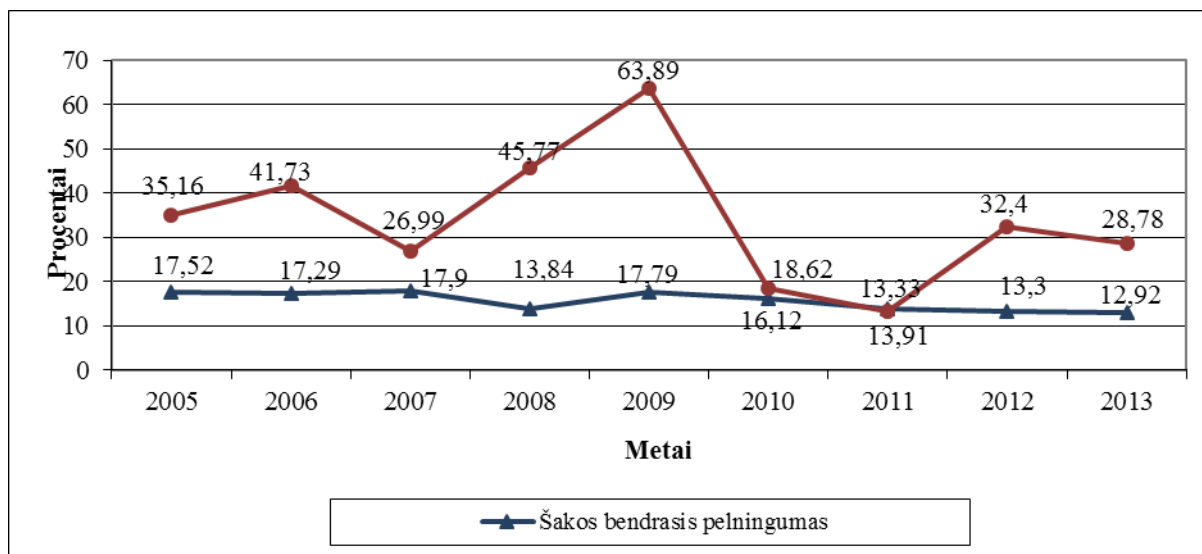


2.10 pav. UAB „Lietuvos duona“ grynojo pelningumo palyginimas su šakos grynuoju pelningumu 2005 – 2013 m.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ finansinėmis ataskaitomis ir Statistikos departamento svetaine.

Nors visu analizuojamu laikotarpiu grynasis pelningumas buvo nepatenkinamo lygio, išskyrus 2009 ir 2010 metus, lyginant su šakos grynuoju pelningumu matome, kad UAB „Lietuvos duona“ grynasis pelningumas yra didesnis. Įmonės padėtis buvo prastesnė tik 2005 metais, kuomet grynasis pelningumas buvo labai mažas ir net mažesnis už šakos grynąjį pelningumą. Įmonės padėtis pagal šį rodiklį ypač gera buvo 2008 – 2010 metų laikotarpiu, kuomet reikšmės ženkliai didesnės už šakos. Šis palyginimas leidžia teigti, kad nors mokslininkai įvardija tokias mažas reikšmes, kaip prastas, tai dar nesuteikia informacijos apie įmonės blogą padėtį, kadangi didelę įtaką daro veiklos pobūdis, kuriuo užsiima įmonė.

Kadangi analizuojamoje įmonėje bendrasis pelningumas kito labai netolygiai, tikslinga analizuoti ir šakos bendrąjį pelningumą, norint matyti ar panašūs pokyčiai veikė ir kitas tos pačios veikos įmones.



2.11 pav. UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelningumo palyginimas su šakos bendroju pelningumu 2005 – 2013 m.

Visu analizuojamu laikotarpiu, išskyrus 2011 m. bendrasis, kaip ir grynasis pelningumas buvo didesnis nei vidutinis tos pačios šakos bendrasis pelningumas. Tai tik patvirtina, kad UAB „Lietuvos duona“ užima gerą poziciją rinkoje ir tinkamai valdo nenumatytus išlaidų didėjimus ir vis didina pardavimų apimtį, bei plečia prekybos vietų tinklą.

Atlikta pelningumo analizė neparodo veiksnių lėmusių vienokį ar kitokį rodiklio reikšmės pasikeitimą, todėl 2.6 lentelėje pateikti veiksniai lėmė grynojo pelno pokyčius, t.y. grynasis pelnas ir pardavimų savikaina. Siekiama išsiaiškinti kurio veiksnio įtaka grynajam pelningumui yra didesnė. Prekių savikaina kaip veiksnys pasirinktas remiantis Mackevičius, J. (2007) pateikta rekomendacija, kad šis veiksnys yra tinkamesnis analizei. Grynasis pelningumas analizei pasirinktas dėl visu laikotarpiu esančių mažų rodiklio reikšmių. Analizei pasirinktas 2010 – 2014 m. laikotarpis, kadangi būtent per šį laikotarpį grynojo pelningumo reikšmės buvo labai mažos ir turėjo tendencija vis mažėti.

**UAB „Lietuvos duona“ grynąjį pardavimų pelningumą lemiantys veiksniai 2010 – 2011 m.**

Keitimų Nr.	Įmonės grynasis pelnas	Parduotų prekių savikaina	Grynasis pardavimų pelningumas	Veiksnių pasikeitimo įtaka
–	418909,8703	4893550,162	8,56%	–
1	315301,7841	4893550,162	6,44%	-2,12%
2	315301,7841	6097118,86	5,17%	-1,27%
			<i>Bendras dviejų veiksmų pokytis</i>	-3,39%

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis PNA duomenimis

Grynojo pelno sumažėjimas 24,73% lėmė grynojo pardavimų pelningumo mažėjimą 2,12%. Taip pat dėl produktų savikainos padidėjimo 24,60%, grynasis pelningumas sumažėjo 1,27%. Taigi, galima teigti, kad 2010 – 2011 m. laikotarpiu grynojo pardavimų pelningumo sumažėjimą daugiau lėmė grynojo pelno spartesnis mažėjimas nei savikainos.

**UAB „Lietuvos duona“ grynąjį pardavimų pelningumą lemiantys veiksniai 2011 – 2012 m.**

Keitimų Nr.	Įmonės grynasis pelnas	Parduotų prekių savikaina	Grynasis pardavimų pelningumas	Veiksnių pasikeitimo įtaka
–	315301,7841	6097118,86	5,17%	–
1	380120	6097118,86	6,23%	1,06%
2	380120	5178970	7,34%	1,11%
			<i>Bendras dviejų veiksmų pokytis</i>	2,17%

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis PNA duomenimis

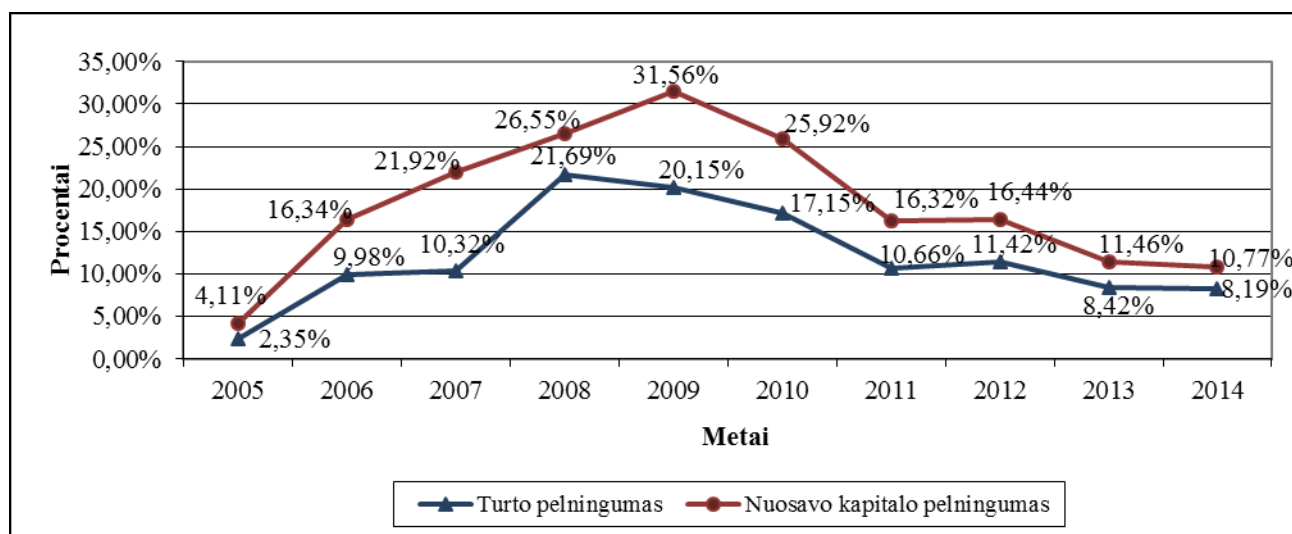
Per 2012 m. grynasis pardavimų pelningumas padidėjo, tačiau labai mažu tempu, ir kaip jau buvo minėta buvo nepatenkinamo lygio. Tokį rodiklio pokytį lėmė 15,06% sumažėjusi savikaina, kuri padidino grynąjį pelningumą 1,06%. Taip pat rodiklio padidėjimą 1,11% lėmė 20,56% padidėjęs grynasis pelnas. Taigi, kaip ir ankstesniais metais grynojo pardavimų pelningumo pokyčius daugiau įtakojo grynojo pelno spartesni pokyčiai nei savikainos.

## UAB „Lietuvos duona“ grynąjį pardavimų pelningumą lemiantys veiksniai 2012 – 2013 m.

Keitimų Nr.	Įmonės grynasis pelnas	Parduotų prekių savikaina	Grynasis pardavimų pelningumas	Veiksnių pasikeitimo įtaka
–	380120	5178970	7,34%	–
1	299206	5178970	5,78%	-1,56%
2	299206	5827349	5,13%	-0,64%
			<i>Bendras dviejų veiksnių pokytis</i>	-2,21%

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis PNA duomenimis

2013 m. grynasis pardavimų pelningumas vėl sumažėjo, ir jo reikšmė tesiekė 3,66%. Analizuojamu laikotarpiu grynasis pelnas sumažėjo 21,29%, taip 1,56% mažinęs grynąjį pardavimų pelningumą. Taip pat dar didesnę mažėjimą įtakojo ir 12,52% padidėjusi savikaina, t.y. 0,64%. Taigi galime daryti išvadą, kad 2010 – 2013 m. grynojo pelningumo mažas reikšmes daugiausia įtakojo grynojo pelno spartesni pokyčiai, nei pardavimų savikainos.



2.12 pav. UAB „Lietuvos duona“ turto ir nuosavo kapitalo pelningumo reikšmės 2005 – 2014 m.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės PNA ir balansu.

UAB „Lietuvos duona“ turto pelningumas analizuojamu laikotarpiu vis didėjo, tik nuo 2009 metų pradėjo mažėti. Tai parodo, kad įmonė gauna vis mažiau pelno iš turimo turto. 2009 metais didžiausią turto pelningumo reikšmę (20,15%) lėmė 73,67% padidėjęs grynasis pelnas ir 23,12% įmonės turtas. Mažiausias turto pelningumas buvo 2005 metais, kuomet jis siekė tik 2,35%, dėl

mažos grynojo pelno apimties. Nuosavo kapitalo pelningumas 2005 – 2009 metų laikotarpiu vis didėjęs, nuo 2009 metų, taip pat kaip ir turto pelningumas, pradėjo mažėti. Šiam mažėjimui įtakos turėjo 2010 metais grynojo pelno didėjimas tik 4,53%, o nuosavo kapitalo 27,29%. Pagal nustatytas rodiklio reikšmes galime teigti, kad tik 2005 metais nuosavo kapitalo pelningumo rodiklis buvo nepatenkinamo lygio, nes nesiekė 10% ribos, todėl šie rodikliai parodo, kad įmonės padėtis nuosavo kapitalo ir turto atžvilgiu yra pakankamai gera. Tačiau pastebima mažėjimo tendencija, nes abu analizuoti rodikliai nuo 2012 metų mažėja, ir 2014 metais nuosavo kapitalo rodiklis priartėjo prie nepatenkinamos rodiklio reikšmės ribos ir tesudarė 10,77%.

## 2.5. UAB „Lietuvos duona“ pelno maksimizavimo galimybės

Įmonės pelnas analizuojamas ne tik buhalterine reikšme, kuri pateikta pelno (nuostolių) ataskaitoje, bet labai yra svarbus ir ekonominis pelnas. EVA tai vienas iš pagrindinių rodiklių, kuriems įmonės akcininkai teikia pirmenybę vertindami įmonės būklę ir svarbiausia investuotų lėšų atsiperkamumą. EVA skaičiuota pagal formulę:

$$EVA = (GP + PS) - KK;$$

GP – grynasis pelnas;

PS – palūkanų sąnaudos;

KK – kapitalo kaštai.

2.9 lentelė

### UAB „Lietuvos duona“ ekonominė pridėtinė vertė 2005 – 2014 m.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pardavimo pajamos	2434255	2835456	3745203	5416904	5376183	6013539	7034519	7661694	8181743	8737654
Grynasis pelnas	17721	88965	150436	230750	400750	418910	315302	380120	299206	307651
Nuosavas kapitalas	430669	544593	686168	869116	1269866	1616370	1931672	2311793	2610999	2856188
Skolintas kapitalas	321839	347267	726267	709436	621065	687707	896408	891224	857538	809831
Bendras įmonės kapitalas	752507	891860	1412435	1578552	1890931	2304077	2828081	3203017	3468537	3666019
Palūkanų sąnaudos	4664	21759	35896	54009	65175	36768	28839	33115	26064	20763
Skolinto kapitalo kaštai, proc.	0,014	0,063	0,049	0,076	0,105	0,053	0,032	0,037	0,030	0,026
ROE, proc	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Nuosavo kapitalo dalis	0,572	0,611	0,486	0,551	0,672	0,702	0,683	0,722	0,753	0,779
Vidutiniai kapitalo	5,16	5,52	4,40	4,99	6,08	6,33	6,16	6,51	6,78	7,02

kaštai, proc.										
Faktinė nuosavo kapitalo grąža	0,041	0,163	0,219	0,265	0,316	0,259	0,163	0,164	0,115	0,108
EVA	-16421,52	61492,48	124218,19	205997,93	350985,68	309836,69	170001,80	204843,11	90019,09	71149,45

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis EVA skaičiavimo metodika

Vertinant UAB „Lietuvos duona“ veiklą EVA metodu, galime teigti, kad įmonė visais metais, išskyrus 2006 m., sukūrė vertę akcininkams. Tai parodo, kad įmonės pelnas yra didesnis už patiriamus kaštus. Akcininkams tokia įmonės padėtis naudinga, nes jie gauna grąžą iš savo investuotų lėšų. Kadangi UAB „Lietuvos duona“ akcininkai yra įmonės savininkai, gaunamas ekonominis pelnas suteikia galimybes kasmet vis reinvestuoti pinigus, panaudojant juos technologijų atnaujinimui ir patalpų plėtrai.

Taip pat norint išsiaiškinti UAB „Lietuvos duona“ pelno didėjimo galimybes, svarbu žinoti veiksnius, kurie labiausiai turi įtakos galutinio pelno dydžio gavimui. Tam tikslui atlikta rodiklių tarpusavio priklausomybės analizė. Nepriklausomu kintamuoju pasirinktas grynasis pelnas, kaip galutinis įmonės pelno sumos rodiklis, o priklausomi kintamieji skirtyti į dvi grupes: pirma grupė, veiksniai, kurie priklauso nuo įmonės, ir ji gali juos įtakoti – darbuotojų skaičius, ilgalaikis turtas, nuosavas kapitalas, pardavimo pajamos ir pardavimo savikaina. Antra grupė, veiksniai, kuriems įmonė turi mažą įtaką – gyventojų darbo užmokestis, nedarbo lygis Panevėžio apskrityje ir vidutinės namų ūkių išlaidos maistui.

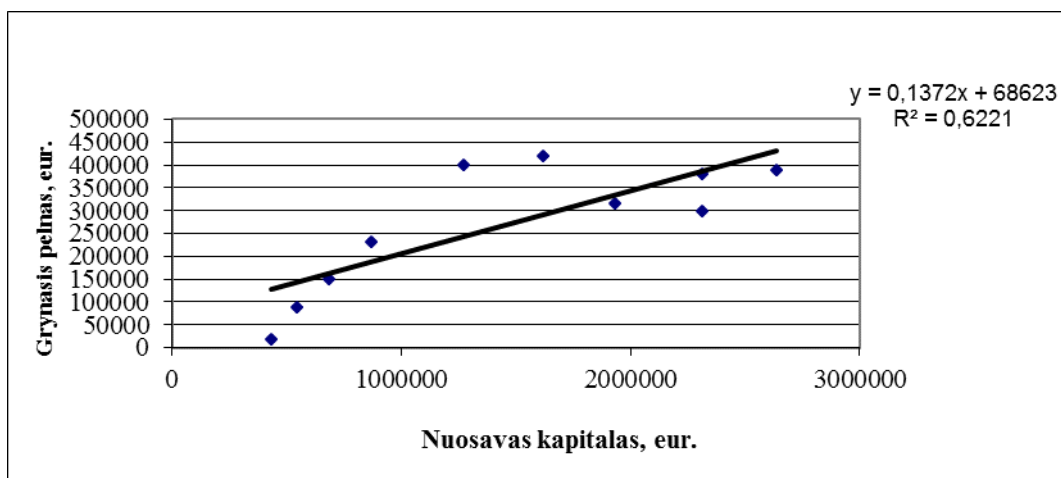
2.10 lentelė

### Analizuojamų rodiklių ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė

	Darbuotojų skaičius	Nuosavas kapitalas	Ilgalaikis turtas	Pardavimo pajamos	Pardavimo savikaina	Vidutinis mėnesinis gyventojų DU	Nedarbo lygis Panevėžio apskrityje	Vidutinės namų ūkių išlaidos maistui per mėnesį
	<b>X, kuriuos įtakoja įmonė</b>					<b>X, kuriems įmonė neturi didelės įtakos</b>		
<b>R</b>	0,73	0,79	0,76	0,81	0,67	0,79	0,69	0,93
<b>R<sup>2</sup></b>	0,53	0,62	0,58	0,66	0,45	0,62	0,48	0,86

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ veiklos statistika, Lietuvos statistikos departamentu ir koreliacinės – regresinės analizės skaičiavimo metodika.

Atlikus veiksnių tarpusavio sąsajų analizę pagal pasirinktus dviejų grupių veiksnius, pasirinkti keturi pagrindiniai veiksniai, turintys didžiausią įtaką įmonės grynajam pelnui: pardavimo pajamos, nuosavas kapitalas, gyventojų DU ir namų ūkių išlaidos maistui. Du rodikliai yra atrinkti iš veiksnių, kuriuos įtakoja įmonės veikla, o kiti du, kuriems įmonė neturi įtakos. Todėl plačiau nagrinėjami šie veiksniai, pasitelkiant grafinį vaizdą, bei regresijos ir koreliacijos gautus rezultatus. Nors kiti priklausomi veiksniai plačiau nenagrinėti, tačiau jie taip pat daro įtaką įmonės grynajam pelnui, todėl darbuotojų skaičiaus, ilgalaikio turto bei vidutinio gyventojų DU didinimas turėtų padidinti ir analizuojamos įmonės grynąjį pelną. Apskaičiuotų rodiklių reikšmingumo tikrinimui naudojamos reikšmės pateiktos 5 priede.

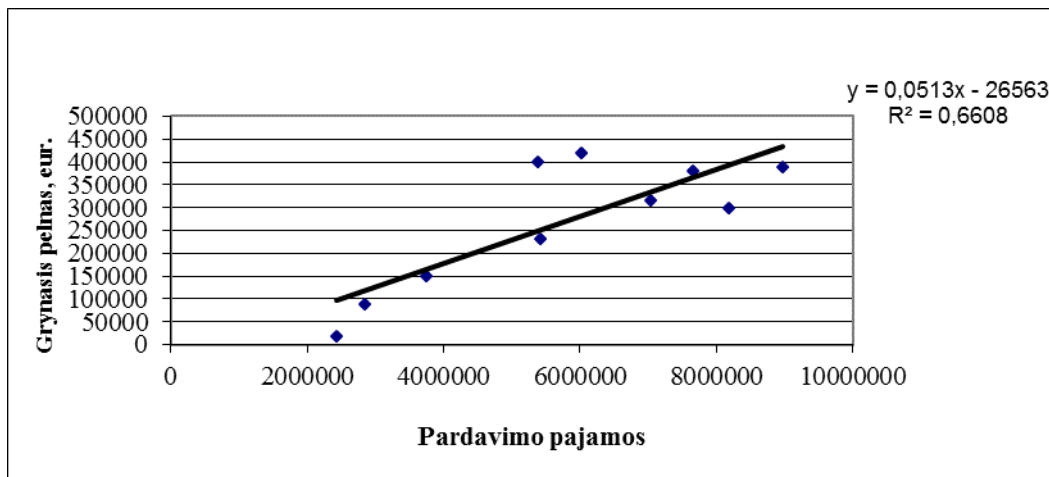


2.13 pav. UAB “Lietuvos duona” nuosavo kapitalo ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės veiklos statistika.

Pagal koreliacijos koeficientą galima teigti, kad tarp nuosavo kapitalo ir grynojo pelno egzistuoja tiesioginis ir stiprus ryšys ( $r = 0,79$ ). Koreliacijos koeficientų reikšmingumo pagal Stjudento kriterijų sąlygai galiojant ( $3,63 > 2,36$ ), galima daryti išvadą, kad apskaičiuotas koreliacijos koeficientas yra reikšmingas. Iš gautos regresijos lygties galima teigti, kad nuosavam kapitalui padidėjus vienu euru, grynasis pelnas padidėtų 14 euro centų. Determinacijos koeficientas rodo, kad grynojo pelno apimčių kitimą 62,21% paaiškina nuosavo kapitalo pokyčiai. Kadangi faktiška Fišerio kriterijaus reikšmė yra mažesnė už teorinę ( $13,17 > 5,59$ ), determinacijos koeficientas taip pat yra reikšmingas.

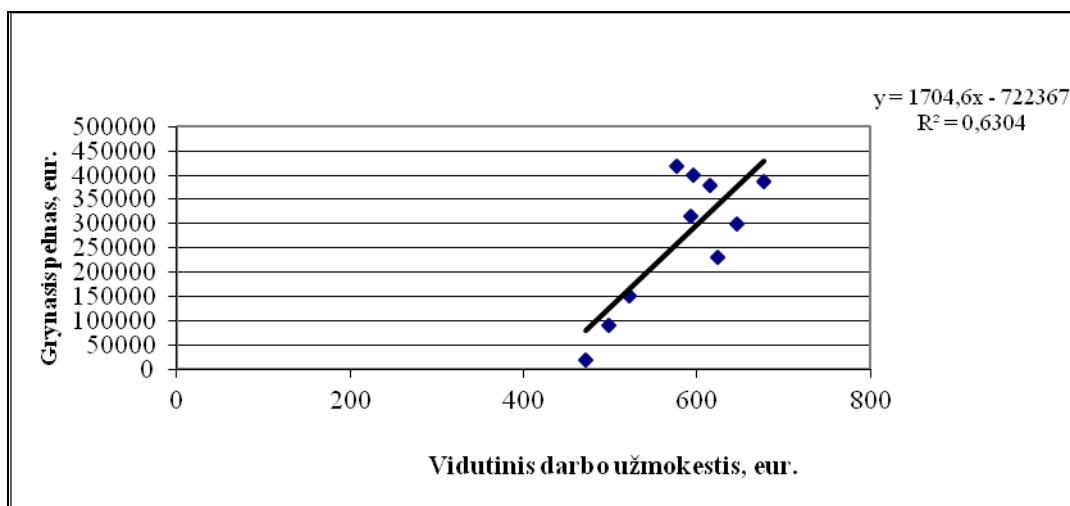




2.14 pav. UAB “Lietuvos duona” pardavimo pajamų ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės veiklos statistika.

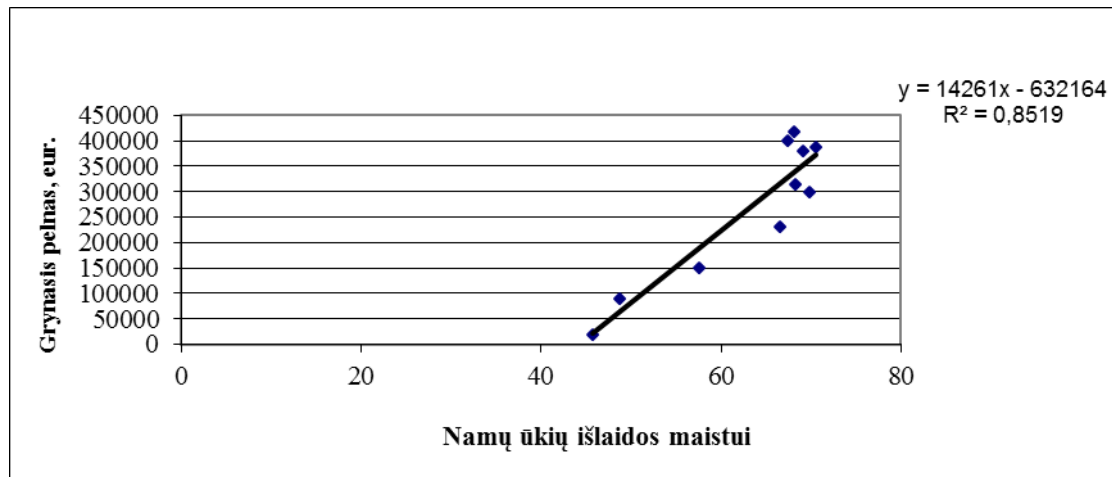
Pagal koreliacijos koeficientą galima teigti, kad tarp pardavimo pajamų ir grynojo pelno yra stiprus ryšys ( $r = 0,81$ ). Koreliacijos koeficientų reikšmingumo pagal Stjudento kriterijų sąlygai galiojant ( $3,95 > 2,36$ ), galima daryti išvadą, kad apskaičiuotas koreliacijos koeficientas yra reikšmingas. Regresijos lygtis parodė, kad pardavimo pajamoms padidėjus vienu euru, grynasis pelnas padidėtų 0,05 eurų. Apskaičiuotas determinacijos koeficientas rodo, kad grynojo pelno apimčių kitimą 66,08% paaiškina pardavimo pajamų pokyčiai. Kadangi faktiška Fišerio kriterijaus reikšmė yra mažesnė už teorinę ( $15,58 > 5,59$ ), determinacijos koeficientas taip pat yra reikšmingas.



2.15 pav. UAB “Lietuvos duona” vidutinio gyventojų darbo užmokesčio ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės veiklos statistika.

Tarp vidutinio mėnesinio gyventojų darbo užmokesčio ir grynojo pelno yra stiprus ryšys, kadangi koreliacijos koeficientas = 0,79. Koreliacijos koeficientų reikšmingumo pagal Stjudento kriterijų sąlygai galiojant ( $3,69 > 2,36$ ), apskaičiuotas koreliacijos koeficientas yra reikšmingas. Iš gautos regresijos lygties galima teigti, kad DU padidėjus vienu euru, įmonės grynasis pelnas padidėtų 1704,6 eurų. Determinacijos koeficientas rodo, kad grynojo pelno apimčių kitimą 68,17% paaiškina rinkoje atsirandančių naujų įmonių kaita. Kadangi faktiška Fišerio kriterijaus reikšmė yra mažesnė už teorinę ( $13,65 > 5,59$ ), determinacijos koeficientas taip pat yra reikšmingas.



2.16 pav. UAB “Lietuvos duona” namų ūkių išlaidų maistui ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės veiklos statistika.

Namų ūkių išlaidos maistui ir grynasis pelnas yra stipriai susiję rodikliai, kadangi koreliacijos koeficientas yra 0,93). Koreliacijos koeficientų reikšmingumo pagal Stjudento kriterijų sąlygai galiojant ( $6,78 > 2,36$ ), apskaičiuotas koreliacijos koeficientas yra reikšmingas. Pagal gautą regresijos lygtį daroma išvada, kad namų ūkių išlaidų maistui padidinimas, grynąjį pelną didintų 14261 eurų. Determinacijos koeficientas rodo, kad grynojo pelno apimčių kitimą 85,19% paaiškina namų ūkių išlaidų maistui pokyčiai. Kadangi faktiška Fišerio kriterijaus reikšmė yra mažesnė už teorinę ( $46,02 > 5,59$ ), determinacijos koeficientas taip pat yra reikšmingas.

Taigi, atlikta analizė parodė, kad nemažą dalį įmonės UAB “Lietuvos duona” grynąjį pelną įtakojo veiksniai, kurių pati įmonė negali reguliuoti. Tačiau pardavimo apimčių, nuosavo kapitalo ir ilgalaikio turto didinimas, leistų įmonei padidinti grynąjį pelną. Didėjant ilgalaikiui turtui, pvz. įsigyjant naujų įrengimų, mažėja gamybos išlaidos ir didėja gamybiniai pajėgumai. Namų ūkių

išlaidas įmonė gali stengtis veikti per marketingo strategijas, pritraukiant didesnę skaičių pirkėjų, bei taip didinant jų išlaidas maistui.

### 3. UAB „LIETUVOS DUONA“ PELNO MAKSIMIZAVIMO MODELIS

Analizuojamos įmonės pelno maksimizavimo modeliui sudaryti pasirinkta ribinio pelno ir ribinių sąnaudų analizė. Kadangi analizuoti visų gaminamų produktų pelną nebuvo galimybės ir didžiausias dėmesys skirtas struktūrinei analizei, atliekant ribinę analizę skaičiuojami didžiausią pardavimo pajamų dalį užimantys produktai: Šeiminkės duona ir Senolių duona. Atliekant ribinę analizę bus nustatyta, kokia turėtų būti produkto kaina ir gamybos apimtis, kad įmonė pasiektų optimalią gamybos apimtį ir gautų maksimalų pelną.

3.1 lentelė

#### „Šeiminkės duona“ ribinės analizės duomenys

Rodikliai / Metai	2012	2013	2014
Gamybos apimtis	1937853	2127755	3978543
Produkto kaina, eur	0,84	0,89	0,89
Išlaidos	895898	1054783	1982988
Pardavimo pajamos	1627797	1893702	3540903
Pardavimų pelnas	731899	838919	1557915

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis ribinės analizės skaičiavimo metodika

Nustatyta, kad produkcijos kaina su gaminamos produkcijos kiekiu yra susiję pagal šią lygybę (skaičiavimai pateikti 6 priede):

$$p = 0,834 + 0,0000000146Q$$

Atlikus gamybos išlaidų ir produkcijos apimtys dinamikos analizę, taip pat nustatyta, kad išlaidų ir gaminamos produkcijos kiekio priklausomybė atitinka šią lygybę:

$$S = -16400,62 + 0,503Q$$

Pagal gautas priklausomybes galima apskaičiuoti ribines pajamas ir ribines išlaidas, ir jas sulyginę gauname optimalią Šeiminkės duonos gamybos apimtį, kuri leistų pasiekti maksimalų įmanomą pelną, t.y. 10734358 vnt.

**Ribinės analizės gautų rezultatų palyginimas su faktinėmis reikšmėmis**

Rodikliai / Metai	Faktiškai 2014 m.	Apskaičiuota	Pasikeitimas	
			Eur.	%
Gamybos apimtis	3978543	10734358	6755815,48	169,81%
Produkto kaina, eur	0,89	0,99	0,10	11,36%
Gamybos išlaidos	1982988	5499859	3516871,40	177,35%
Pardavimo pajamos	3540903	10627014	7086111,15	200,12%
Pardavimų pelnas	1557915	5127155,02	3569239,75	229,10%

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis ribinės analizės metodika.

Atlikus įmonės gamybos apimtys, produkto kainos ir gaunamo pelno analizę, pagal ribinės analizės metodiką, galime teigti, kad UAB „Lietuvos duona“ produkto Šeiminkės duona apimtys yra ženkliai per mažos, ir jų didinimas 169,81%, leistų įmonei uždirbti 2,3 karto didesnę pelną, kai tuo tarpu išlaidos padidėtų mažesniu tempu, t.y. 177,35%. Taip pat toks pelnas būtų pasiekiamas jei duonos kaina būtų padidinta iki 0,99 eur. Atsižvelgus į atlikta paklausos analizę, galime teigti, kad įmonė tikrai gali šiek tiek padidinti kainą, kadangi duona yra neelastinga prekė.

**„Senolių duona“ ribinės analizės duomenys**

Rodikliai / Metai	2012	2013	2014
Gamybos apimtis	1764897	1484373	3178125
Produkto kaina, eur	0,84	0,89	0,89
Išlaidos	954330	796549	1851250
Pardavimo pajamos	1482513	1321092	2828531
Pardavimų pelnas	628183	624543	977281

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis ribinės analizės skaičiavimo metodika

Nustatyta, kad produkcijos kaina su gaminamos produkcijos kiekiu yra susiję pagal šią lygybę (skaičiavimai pateikti 6 priede):

$$p = 0,849 + 0,0000000114Q$$

Atlikus gamybos išlaidų ir produkcijos apimtys dinamikos analizę, taip pat nustatyta, kad išlaidų ir gaminamos produkcijos kiekio priklausomybė atitinka šią lygybę:

$$S = -141700,36 + 0,627Q$$

Pagal gautas priklausomybes galima apskaičiuoti ribines pajamas ir ribines išlaidas, ir jas sulyginę gauname optimalią Senolių duonos gamybos apimtį, kuri leistų pasiekti maksimalų įmanomą pelną, t.y. 9700850,51 vnt.

3.4 lentelė

### Ribinės analizės gautų rezultatų palyginimas su faktinėmis reikšmėmis

Rodikliai / Metai	Faktiškai 2014 m.	Apskaičiuota	Pasikeitimas	
			Eur.	%
Gamybos apimtis	3178125	9700850,51	6522725,51	205,24%
Produkto kaina, eur	0,89	0,96	0,07	7,85%
Gamybos išlaidos	1851250	5936587,49	4085337,49	220,68%
Pardavimo pajamos	2828531	9311893,92	6483362,67	229,21%
Pardavimų pelnas	977281	3375306,43	2398025,18	245,38%

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis ribinės analizės metodika

UAB „Lietuvos duona“ produkto Senolių duona apimtys yra taip pat per mažos, ir jų didinimas 2,1 karto, leistų įmonei uždirbti net 2398025 eurų daugiau nei gaminant dabartinę produkto apimtį. Toks pelno didėjimas būtų pasiektas didinant produkto kainą iki 0,96 euro centų.

Taigi, atlikta perkamiausių duonų ribinė analizė parodė, kad UAB „Lietuvos duona“ turėtų didinti šių produktų gamybos ir pardavimo apimtis, neatsisakyti kainų didinimo politikos, ir tai leistų gauti ženkliai didesnę maksimalų pelną bei išlaikyti stabilų išlaidų lygį. Tačiau kadangi šių duonų paklausa neelastinga, ir kainos pakėlimas gali garantuoti tik stabilų produktų pardavimo kiekį, norint didinti pardavimus įmonei teks patirti didesnes veiklos išlaidas, skatinant pardavimus per gaminių kokybės gerinimą, kas reikalautų brangesnių ir kokybiškesnių žaliavų įsigijimo ir tuo pačiu didintų savikainą, arba daugiau lėšų skirti marketinginiams tikslams įgyvendinti.

Įmonei taip pat labai svarbu žinoti, kokia turi būti gamybos apimtis ir pardavimo pajamų suma, kad ji nepatirtų nuostolių, t.y., kad būtų padengiamos visos, tiek pastovios, tiek kintamos išlaidos, taigi, tam yra atliekama pelno lūžio taško analizė. Kadangi UAB „Lietuvos duona“ produktai yra skirtingų kainų, įmonės lūžio taškas nustatytas vertine (pinigine) išraiška.

**2014 m. pajamų lūžio taškas**

<b>Pajamos</b>	8737654
<b>Kintamos išlaidos</b>	6345673
<b>Ribinis pelnas</b>	2391981
<b>Ribinio pelno koeficientas</b>	$2391981 : 8737654 = 27,38\%$
<b>Pastovios išlaidos</b>	2267543
<b>Pajamos lūžio taške</b>	$2267543 : 27,38\% = 8283095$

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės apskaitos duomenimis ir lūžio taško nustatymo metodika.

Iš lentelės matyti, kad nustačius įmonės pajamų lūžio tašką, galime teigti, jog UAB „Lietuvos duona“ turi gauti 8283095 eurų pajamų, esant 6345673 eurų kintamų išlaidų ir 2267543 eurų pastovių išlaidų. Jeigu įmonė gautų didesnę nei pajamų lūžio taško sumą, ji gautų pelną, o jei mažesnę patirtų nuostolių, nes nebepadengtų visų išlaidų.

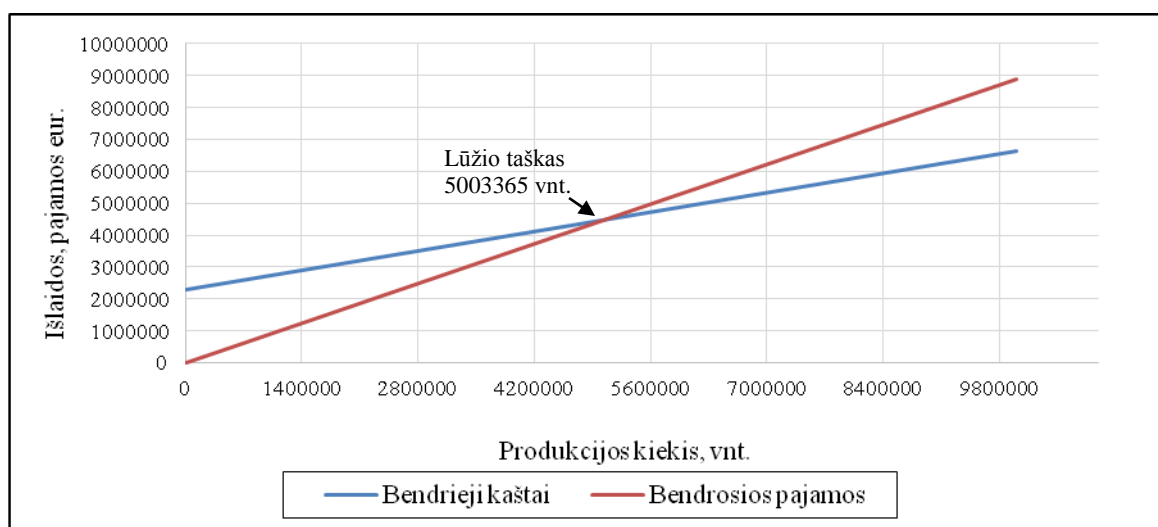
Kadangi ribinė analizė buvo atlikta dviems pagrindiniams įmonės produktams, norint apskaičiuoti lūžio tašką gamybos vienetais, taip pat skaičiavimams naudojamos tik Šeiminkės ir Senolių duona.

**2014 m. gamybos lūžio taško nustatymas**

	<b>Šeiminkės duona</b>	<b>Senolių duona</b>	<b>Bendrai</b>
<b>Gaminio kaina</b>	0,89	0,89	0,89
<b>Vieno gaminio kintamos išlaidos</b>	0,44	0,43	0,435
<b>Pastovios išlaidos</b>	2276531	2276531	2276531
<b>Gamybos lūžio taškas</b>	5058957,778	4948980,435	5003364,8

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės apskaitos duomenimis.

Iš lentelės matyti, kad jei įmonė 2014 metais būtų gaminusi 5058958 vnt. Šeiminkės arba 4948980 vnt. Senolių duonos, ji gautų nulinį pelną. Jei įmonė gamintų tik šiuos du pagrindinius produktus vidutiniškai reiktų pagaminti 5003364,8 vnt. šių dviejų produktų. Esant tokioms gamybos apimtims, gautų pajamų pakaktų padengti įmonės pastovioms išlaidoms, ir nuostoliai nebūtų patirti. Visa tai pateikta ir grafiniu būdu 3.1 paveiksle.



3.1 pav. Pagrindinių produktų gamybos apimtys, pajamų ir išlaidų sąsaja

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės veiklos duomenimis ir lūžio taško skaičiavimo metodika.

Grafinis pelno lūžio taško vaizdavimas yra efektyvesnė priemonė įmonės vadovams, kadangi galima matyti visumoje, kaip kinta pajamos ir išlaidos, didėjant gamybos kiekiams.

Norint nustatyti, kaip jautriai lūžio taškas reaguoja į veiksnių pokyčius atlikta įmonės paslaugų jautrumo analizė. Analizei atlikti nustatoma saugumo riba:

$$\text{Pelninga veiklos sritis} = 8737654 - 8283095 = 454559 \text{ eur.}$$

$$\text{Veiklos saugumo riba} = (8737654 - 8283095) / 8737654 = 5,20\%$$

Saugumo ribos rodo, kad pardavimai gali sumažėti 454559 eur, arba 5,20% kol įmonė patirs nuostolių, atsiribojant nuo kitų veiksnių įtakos. Pagal jautrumo analizės metodiką apskaičiuoti pelno lūžio pokyčiai kintant numatytiesms veiksniams, kurie pateikti 3.7 lentelėje, skaičiavimai pateikti 7 priede.

3.7 lentelė

Lūžio taško pokyčiai, keičiantis veiksniams

	Bazinis variantas	
	-15%	+15%
Lūžio taškas (pakitus PP)	15573784	6153441
Lūžio taškas (pakitus kintamoms išlaidoms )	5925119	13759363
Lūžio taškas (pakitus pastovioms išlaidoms)	7039489	9524014

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis įmonės veiklos duomenimis ir lūžio taško skaičiavimo metodika.

Atlikus skaičiavimus galime teigti, kad lūžio taškas yra jautriausias pajamų ir kintamų kaštų pokyčiams. Įplaukoms sumažėjus 15%, produktų turėtų būti suteikta už 15573784 eur., t.y. net 88% daugiau, nei pradiniam variante, kad būtų išvengta nuostolių. Taigi, jei įmonė nuspręstų mažinti produktų kainas, ir taip gautų mažiau pajamų, galime teigti, kad tai būtų netinkama strategija, kadangi reikėtų gauti ženkliai didesnes įplaukas. Tuo tarpu kintamų išlaidų padidėjimas, lūžio tašką padidintų 66,11%, o kintamų išlaidų mažėjimas, pelno lūžio tašką sumažintų 28,47%. Taigi galime daryti išvadą, kad tokie dideli lūžio taško svyravimai kintant analizuotiems veiksniams, rodo didelį rizikingumą, todėl sprendimus dėl kainų, pardavimų ir išlaidų kaitos reikia priimti atsizvelgiant į saugumo ribą.

Norint įvertinti UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno didėjimo galimybes, buvo atlikta prognozė, remiantis scenarijų analizės metodika. Pagal tris galimus pardavimo pajamų ir savikainos pokyčių variantus nustatyta galima bendrojo pelno suma.

3.8 lentelė

**Bendrojo pelno prognozė 2015 m.**

	<b>Realistiškas variantas</b>	<b>Optimistinis variantas</b>	<b>Pesimistinis variantas</b>
<i>1 veiksnys - pardavimo pajamos</i>	12,00%	16,00%	5,00%
<i>2 veiksnys - pardavimo savikaina</i>	10,00%	5,00%	13,00%
<b>Bendrasis pelnas pakitus 1 veiksniumi Lt</b>	3402127,12	3708594,868	2865808,561
<i>Bendrasis pelnas pakitus 1 veiksniumi %</i>	37,03%	49,38%	15,43%
<b>Bendrasis pelnas pakitus 2 veiksniumi Lt</b>	1964826,894	2223775,385	1809457,799
<i>Bendrasis pelnas pakitus 2 veiksniumi %</i>	-46,19%	-10,43%	-27,12%
<b>Bendrasis pelnas pakitus abiem veiksniams Lt</b>	2884230,138	3449646,377	2192542,484
<i>Bendrasis pelnas pakitus abiem veiksniams %</i>	16,17%	38,95%	-11,69%

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ PNA ir scenarijų metodu.

Atsižvelgiant į tai, kad analizuojamu laikotarpiu (2005 - 2014 m.) pardavimų pajamos vis didėjo, galime teigti, kad ir kitais laikotarpiais jos turėtų didėti. Realistiškas variantas atliktas imant paskutinių keturių metų didėjimo tendenciją, taip pat atsižvelgiant į vis didėjantį naujų prekybos vietų skaičių, pardavimo pajamų didėjimo vidurkis turėtų būti apie 12%. Atliekant optimistinio varianto prognozę remtasi tuo, kad įmonės parduodama pagrindinė produkcija (duonos gaminiai) yra viena iš vartotojų būtinumo prekių, ir tai, kad įmonė nuolat gerina savo reputaciją, laimi įvairius apdovanojimus, galima daryti išvadą, kad pardavimai gali didėti ir didesniu tempu. Todėl prognozuojamas 16% pardavimo pajamų didėjimas. Pesimistinis variantas atliktas įvertinant tai, kad



pirkėjas turi didelę pasirinkimo galimybę, pirkdamas duonos gaminius, todėl pasikeitus vartotojų požiūriui į įmonę arba sumažėjus vartotojų pajamoms, jie gali rinktis pigesnę produkciją. Dėl šių priežasčių pardavimo pajamų didėjimas gali būti tik apie 5%.

Pardavimo savikainos prognozė realistiškame variante pasirinkta tokia, kad pardavimo savikaina turėtų didėti 10%, prognozė atlikta atsižvelgiant į dviejų paskutinių metų savikainos didėjimo tendenciją. Toks trumpas laikotarpis pasirinktas todėl, kad būtent šis rodiklis yra svyruojantis labiau nei pardavimų pajamos, savikaina kinta netgi metų laikotarpyje, todėl apimti didesnę laikotarpį prognozuojant realistišką variantą būtų netikslinga. Optimistiniame variante pardavimo savikaina turėtų didėti 5%, nes prognozuojama jog pardavimo savikaina turėtų ne taip sparčiai augti dėl įdiegtos naujos modernios gamybos linijos. Tačiau, kadangi žaliavų kainos nuolat svyruoja ir jos dažniausiai brangsta, pesimistiniame variante prognozuojama, kad pardavimo savikaina gali padidėti ir 13%.

Taigi, iš lentelės matyti, kad didžiausia tikimybė, jog bendrasis pelnas pakitus abiem prognozuotiems veiksniams 2015 metais turėtų būti apie 2884230 eurų., arba 16,17% didesnis nei prieš metus. Atsižvelgiant į optimistinį variantą bendrasis pelnas 2015 m. galėtų didėti 38,95%. Jei susiklostytų tokia situacija, kad įmonėje pardavimo pajamų ir savikainos pokyčiai kistų pagal prognozuojamą pesimistinį variantą, tuomet bendrojo pelno mažėjimas gali būti 11,69%.

## IŠVADOS

Pelnas yra absoliutus rodiklis, skirstomas į įvairias rūšis ir dėl to labai svarbu žinoti pelno susidarymo eigą, nes nuo naudojamo pelno rodiklio priklauso pelno dydžio suma. Pelnas įmonėje susidaro kaupiamojo principo pagrindu, pagal kurį įmonėje sudaroma ir pelno (nuostolių) ataskaita. Norint atlikti tinkamą ir išsamią pelno analizę būtina žinoti kiekvieną šį etapą ir jo sudėtį. Pelno ir pelningumo didėjimas yra kiekvienos įmonės tikslas. Įmonė dirbanti pelningai turi didesnes galimybes plėtrai, naujoms technologijoms diegti yra patrauklesnė investuotojams ir įgyja didesnę vartotojų pasitikėjimą. Ekonominėje literatūroje pelnas apibrėžiamas, kaip įmonės darbo efektyvumo ir jos veiklos vertinimo matas. Pelnu ir pelningumui analizuoti Lietuvos ir užsienio autoriai nurodo daugybę metodų, tačiau pabrėžia, kad dažniausiai naudojami ir išsamiausi yra horizontali pelno (nuostolių) ataskaitos, bendrojo pelno ir segmentinė analizė. Tačiau rekomenduoja metodus rinktis pagal atliekamos analizės keliamus tikslus. Šiame darbe pelno analizė atlikta remiantis daugiau segmentinės analizės pagrindu, nes tai suteikia platesnę informaciją apie įmonę ir jos skirtingus gaminius.

Atlikus pelno (nuostolių) ataskaitos horizontalią analizę nustatyta, kad UAB „Lietuvos duona“ veiklos rezultatai rodė gerą įmonės būklę ir iki 2009 metų vis gerėjo. 2009 metais įmonė gavo daugiausia bendrojo pelno, kuomet jis palyginus su 2008 metais padidėjo net 145,26%. 2010 metais pastebimas ženklus nagrinėjamų rodiklių kitimas. Tai galėjo lemti prasidėjusi ekonominė krizė, padidėjusios žaliavų ir kuro kainos, kurios ženkliai padidino produktų savikainą ir dėl vartotojų perkamosios galios mažėjimo sumažėję pardavimai. Per visą analizuojamą laikotarpį UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno kitimą daugiau lėmė pardavimų savikainos pokyčiai nei pajamų, todėl įmonė turėtų atkreipti didesnę dėmesį į pardavimo savikainos mažinimo galimybes, norint didinti bendrąjį pelną. Nuo 2012 metų pastebimas visų analizuojamų rodiklių didėjimas, kuris leidžia daryti išvadą, kad įmonė sėkmingai vysto pardavimo procesą, efektyviai naudoja turimus materialinius išteklius ir kontroliuoja veiklos sąnaudas ir vis skatina didesnes pardavimų apimtis kurdama naujus produktus.

Atsižvelgiant į pelningumo rodiklius, galima teigti, kad įmonės būklė 2005 – 2009 metų laikotarpiu vis gerėjo, 2010 metais pastebimas visų pelningumo rodiklių mažėjimas. Nors įmonės pelningumo rodikliai mažėja ir tai rodo, kad įmonė dirba nevisai efektyviai, rodiklių mažėjimas yra nedidelis ir pagal tai negalime traktuoti, kad įmonės padėtis bloga. Šį teiginį patvirtina tai, kad rodiklių reikšmės vis dar yra patenkinamo lygio, o palyginus gautas reikšmes su tos pačios šakos vidurkiais, įmonės rodikliai yra geresni.

Išanalizavus įmonės pelną, remiantis segmentine pelno analizę, nustatyta, kad pelningiausi produktai yra Šeiminkės ir Senolių duona. Kadangi analizuojant pelną labai svarbus yra kainų veiksnys, buvo atlikta paklausos svyravimų analizė pakitus kainoms pagal dešimt didžiausių

apyvartą sudarančių produktų. Duonos gaminių kainų kėlimas yra teigiamas veiksnys, kadangi iš paklausos svyravimų analizės matyti, kad jų paklausa yra neelastinga. Iš nagrinėjamų produktų pardavimų apimtys, dėl kainų padidėjimo, labiausiai sumažėjo bandelių su karamele. Tam įtakos turi tai, kad bandelių, vartotojų požiūriu, galima atsisakyti padidėjus kainoms, nes jos nėra būtinumo prekė. Kadangi savikaina mažina bendrąjį pelną išanalizuota jos struktūra, leido daryti išvadas, kad ją daugiausia sudaro žaliavų (47.4%) ir cecho išlaidos (37.4%), todėl tai pagrindiniai komponentai kuriuos reiktų siekti mažinti.

Įvertinus UAB „Lietuvos duona“ pelno didėjimo galimybes nustatyta, kad įmonė turi galimybes didinti savo gaunamą pelną. Pagal EVA nustatyta, kad įmonė veikia pelningai ir sukuria vertę savo akcininkams, 2014 m. įmonėje buvo sukurta 71149,45 eurų ekonominio pelno. Atlikus pelną lemiančių rodiklių ryšių tarpusavio priklausomybių analizę nustatyta, kad iš analizuojamų veiksmų grynąjį pelną daugiausia lemia pardavimo pajamos, nuosavas kapitalas, namų ūkio išlaidos, bei vidutinis darbo užmokestis. Analizė parodė, kad didelę įmonės pelno sumos dalį įtakoja netik vidiniai, bet ir išoriniai veiksniai. Taip pat didelę įtaką turi ir ilgalaikio turto pokyčiai, nes didėjant ilgalaikiui turtui, pvz. įsigyjant naujų įrengimų, turėtų mažėti gamybos išlaidos ir tuo pačiu didėja gamybiniai pajėgumai.

Sudaryti pelno maksimizavimo modeliai leidžia teigti, kad pagrindinių produktų Šeiminkės ir Senolių duonos apimtys bei kainos turi būti padidintos, kad būtų pasiektas maksimalus pelnas. Taip pat pelno lūžio taško analizė parodė, jog įmonei būtina 8283095 eurų pardavimo pajamų suma, kad būtų nepatiriami veiklos nuostoliai. Jautrumo analizė parodė, kad lūžio taškas yra jautriausias pajamų ir kintamų kaštų pokyčiams. Taigi galime teigti, kad įmonė turi potencialą iš savo vykdomos veiklos gauti dar didesnę pelno sumą, tuo pačiu didėtų ir pelningumo rodikliai, ir dėl to stabiliai laikytųsi rinkoje.

#### **Pagal atliktą tyrimą pateikiamos šios rekomendacijos:**

✓ Pagal atliktą bendrąjį pelną lemiančių veiksmų analizę, nustatyta, kad pelną lemia pardavimų pajamos, todėl siekiant jas didinti, siūlyčiau kurti vis naujus produktus, nes vartotojai yra linkę mėgautis naujovėmis, taip pat kadangi dabar vis populiarėja ekologiški gaminiai, daugiau skirti dėmesio ekologiškų gaminių gamybai bei ekologiškų žaliavų įsigijimui. Pardavimų apimtis taip pat didintų pardavimo vietų skaičius.

✓ Išanalizavus įmonės gaminamus produktus ir išskyrus dešimt pagrindinių produktų siūlyčiau atsisakyti tų gaminių, kurių perkamumas yra labai mažas ir įmonėje šie produktai nėra pelningi, arba atneša labai mažą pelno dalį, vietoj to, stengtis didinti pagrindinių dešimties produktų pardavimus, ypač Šeiminkės ir Senolių duonos bei lazdelių „Svogūnėlis“.

✓ Pagal atliktą paklausos svyravimų analizę siūlyčiau didinti Šeiminkės ir Senolių duonos kainas, kadangi jų paklausa yra neelastinga ir šių produktų pardavimai didžiausi. Šių produktų

kainų kėlimas padidintų pardavimus, o tuo pačiu ir įmonės pelną. Taip pat tai patvirtina ir atlikta ribinė analizė, iš kurios taip pat galima teigti, kad įmonė turėtų padidinti šių produktų kainas bei pardavimo apimtį, norint pasiekti maksimalų pelną.

✓ Kadangi iš savikainos struktūros nustatyta, kad didžiausią dalį sudaro žaliavų išlaidos, įmonei būtų naudinga mažinti produktų savikainą įsigyjant pagrindines žaliavas mažesnėmis kainomis. Nors pagrindinės žaliavos kainas sunku reguliuoti, kadangi miltus tiekia tik vienintelis tiekėjas, tačiau kitų pagrindinių žaliavų, pvz. cukraus ir aliejaus, tiekėjų yra gana daug, todėl kainos yra konkurencingos. Tačiau nepamiršti atsižvelgti į žaliavų kokybę ir kainos santykį.

## LITERATŪRA

1. 3 VAS (2011). Pelno (nuostolių) ataskaita [interaktyvus] [žiūrėta 2014-02-15]. Prieiga per internetą: <<http://www.aat.lt/index.php?id=14>>.
2. Aleknevičienė, V. (2011). *Įmonės finansų valdymas*. Vilnius: Spalvų kraitė.
3. Andrijauskienė, A. (2004). *Įmonių ekonomika*. Vilnius: Presvika.
4. Antanavičienė, J., Šimelytė, A. (2013). Verslo įmonės ekonomikos pagrindai. Kaunas: Technologija.
5. Aukščiūnas, V., Ginevičius, R. (2011). *Įmonės gamybos išteklių ekonomika*. Vilnius: Technika.
6. Bagdonas, E., Kazlauskienė, E. (2002). *Verslo pradmenys*. Kaunas: Technologija.
7. Bagdonas, E., Railienė, G. (2013). *Finansų valdymo sprendimai*. Kaunas: Technologija.
8. Bagdžiūnienė, V. (2006). *Įmonių veiklos planavimas ir analizė: esmė ir verslo situacijos*. Vilnius: Conto litera.
9. Bagdžiūnienė, V. (2013). *Finansinių ataskaitų analizė*. Vilnius: Conto litera.
10. Bartol, K., M., Martin, D., C. (1991). *Management*. USA: Von Hoffmann Press.
11. Baumol, W. J., Blinder, A. S. (1994). *Economics. Principles and policy*. The Dryden Press.
12. Baumol, W. J., Blinder, A. S. (2004). *Macroeconomics: Principles and Policy*. 12<sup>th</sup> Edition. South-Western.
13. Boguslauskas, V. (2007). *Ekonometrika*. Kaunas: Technologija.
14. Boguslauskas, V., Adlytė, R. (2010). Evaluation of Criteria for the Classification of Enterprises. *Engineering Economics*. ISSN 1392 – 2785. Nr. 21 (2).
15. Boguslauskas, V., Jagelavičius, G. (2002). *Įmonės veiklos finansinis vertinimas*. Kaunas: Technologija.
16. Buckiūnienė, O. (2005). *Ūkio subjektų finansai*. Vilnius: Vilniaus kolegija.
17. Burkšaitienė, D. (2007). *Užsienio antrinių įmonių vertinimas pagal diskontuotą pinigų srautą*. *Ekonomika ir vadyba*. ISSN 1822-6515.
18. Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I. (2009). *Finansų analizė*. Kaunas: Technologija.
19. Buškevičiūtė, E., Kanapickienė, R., Patašius, M. (2010). *Finansinių rezultatų analizė*. Kaunas: Technologija.
20. Campbell D., Frei F. (2004). The Persistence of Customers Profitability: Empirical Evidence and Implications From a Financial Services Firm. *Journal of Services Research*. No. 2.
21. Chmieliauskaitė, M. (2006). Ekonominės pridėtinės vertės modelis ir jo nauda. *Konferencijos pranešimų medžiaga*, Kaunas: Kolpingo kolegija.
22. Crouhy, M., Galai, D., Mark, R. (2001). *Risk management*. USA: Donnelley & Sons Company.
23. Domeika, P. (2008). Creation of the Information System of Enterprise Fixed Asset Accounting. *Engineering Economics*. ISSN 1392-2785.. No 5 (60). <http://internet.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/inzeko/60/1392-2758-2008-5-60-007.pdf>
24. Fridson, M., Alvarez, F. (2002). *Financial Statement Analysis*. Third Edition. John Wiley & Sons.
25. Gagilaitė, A., Boguslauskas, V. (2004). Companies classification by valuating their financial ratios. *Engineering Economics*. ISSN 1392-2785, No. 3 (38).
26. Gagilaitė, A., Boguslauskas, V. (2006). *Įmonių klasifikavimas įvertinant kokybinius rodiklius*. ISSN 1392-3137.
27. Garšvienė, L., Ruplienė, D. (2007). Finansų institucijų gaunamo pelno ir klientų dydžio priklausomybė. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. Nr. 1 (8) 77-82 p. [interaktyvus] [žiūrėta 2014-01-05]. Prieiga per internetą: <[https://aleph.library.lt/F/QP6IBBDKUA4EVLV8Y937G9NJJQPVTAAAL56YXLN452I8BNNEE-96333?func=full-set-set&set\\_number=926839&set\\_entry=000023&format=999](https://aleph.library.lt/F/QP6IBBDKUA4EVLV8Y937G9NJJQPVTAAAL56YXLN452I8BNNEE-96333?func=full-set-set&set_number=926839&set_entry=000023&format=999)>.

28. Gimžauskienė, E., Klovienė, L. (2010). Research of the Performance Measurement system: Environmental Perspective. *Engineering Economics*. ISSN 1392 – 2785. Nr. 21 (2).
29. Gokienė, R., Dagilienė, L. (2012). Materialiojo turto vaidmens tyrimas įmonės konkurencinėje aplinkoje. *Apskaitos ir finansų mokslo žurnalas*. ISSN 2029-1175.
30. Gražytė – Molienė, O. (2004). *Statistika*. Vilniaus verslo kolegija.
31. Gronskas, V. (2008). *Ekonominė analizė*. Kaunas: Technologija.
32. Informacija apie analizuojamą įmonę [interaktyvus] [žiūrėta 2014-09-12]. Prieiga per internetą: <<http://birzuduona.lt/>>.
33. *Įmonių finansinė analizė: rodiklių skaičiavimo metodika* (2001). Vilnius. Nacionalinė vertybinių popierių birža.
34. Jakutis, A. (2007). *Ekonomikos teorija*. Vilnius: Eugrimas.
35. Jovilė Makutėnaitė, J., Gliubicas, D., Makutėnienė, D. (2014). Ekonominės pridėtinės vertės metodo tinkamumas įmonės vertei nustatyti. *Apskaitos ir finansų mokslo žurnalas*. ISSN 2351-5597.
36. Juraitė, K. (2005). Lyginamieji tyrimo metodai: nuo intensyvaus ir ekstensyvaus prie visapusiško tyrimo [interaktyvus] [žiūrėta 2015-02-22]. Prieiga per internetą: <[http://fcis.vdu.lt/~z.lydeka@adm.vdu.lt/KJuraite\\_%20ISM%202.pdf](http://fcis.vdu.lt/~z.lydeka@adm.vdu.lt/KJuraite_%20ISM%202.pdf)>.
37. Juozaitienė, L. (2007). *Įmonės finansai: analizė ir valdymas*. VšĮ Šiaulių universiteto leidykla.
38. Kanapickienė, R., Grundienė, Ž. (2014). Apgaulių finansinėse ataskaitose nustatymas finansinių santykinių rodiklių pagalba. *Apskaitos ir finansų mokslo žurnalas*. ISSN 2351-5597.
39. Karjalainen, J., Haahtela, T., Malinen, P. (2004). Profit and risk sharing in a virtual enterprise. *International Journal of Innovation and Technology management*. No. 01.
40. Kindsfaterienė, K. (2008). Organizacijos ūkinės veiklos ekonominis įvertinimas. *Economics and management*. Nr. 13, 551-556 p.[interaktyvus] [žiūrėta 2012-10-15]. Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/bsi/detail?vid=5&hid=123&sid=444c7959-dba1-4396b6657fc6cbf3a013%40sessionmgr113&bdata=JnNpdGU9YnNpLWxpdmU%3d#db=bth&AN=32588461>>.
41. Krušinskas, R., Benetytė, R. (2014). Inovacijos įmonės veiklos kontekste: teorinis aspektas. *Apskaitos ir finansų mokslo žurnalas*. ISSN 2351-5597.
42. Lazauskas, J. (2005). *Įmonių ūkinės ir komercinės veiklos ekonominė analizė*. Vilnius: Technika.
43. Lydeka, Z., Drilingas, B. (2002). *Firmos ekonomikos pagrindai*. Vilnius.
44. Mackevičius, J. (2006). *Finansinių santykinių rodiklių skaičiavimas ir grupavimas*. *Ekonomika : mokslo darbai*, ISSN 1392-1258.
45. Mackevičius, J. (2007). *Įmonių veiklos analizė*. Vilnius: TEV.
46. Mackevičius, J. Molienė, O., Poškaitė, D. (2008). *Bendrojo pardavimo pelningumo kompleksinės analizės metodika*. *Ekonomika : mokslo darbai*, ISSN 1392-1258.
47. Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998). *Finansinė analizė*. Vilnius: Mykolo Romerio universiteto leidybos centras.
48. Mackevičius, J., Poškaitė, D., Villis, L. (2011). *Finansinė analizė*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
49. Martinkus, B., Žičkienė, S., Žilinskas, V. (2002). *Įmonės ekonomika*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
50. Paunksnienė, J., Liučvaitienė, A. (2009). *Mikroekonomika*. Vilnius: Technika.
51. Pelurytė, E. (2007). Universalus įmonės finansinės apskaitos politikos formavimo modelis. *Journal of accounting and economics*. Nr. 20.
52. Petravičius, T. (2008). *Projekto veiklos efektyvumo matavimas vertės metodais*. *Verslas: teorija ir praktika*. Nr. 9 (4).
53. Poškaitė, D., Novikovas, M. (2006). *Pelningumo rodiklių naudojimas siekiant nustatyti sandorių tarp asocijuotų asmenų kainodarą*. *Ekonomika : mokslo darbai*, ISSN 1392-1258.
54. Puteikienė, R. (2009). *Verslo ekonomika*. Mokomoji knyga. Vilnius.

55. Rakshit, D. (2006). EVA based performance measurement: a case study of Dabur India limited. *Vidyasagar University Journal of Commerce*. Vol. 11.
56. Roosas, G. (2005). Intellectual Capital And Strategy: A Primer For Today's Manager. *Handbook of Business Strategy*.
57. Rupeika-Apoga, R., Zelgalve, E. (2013). Financial leverage and Financial market instability: the case of Latvia. *Taikomoji ekonomika: socialiniai tyrimai*. ISSN 1822–7996.
58. Rutkauskas, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, V. (2009). *Verslo finansų principai ir praktika*. Vilnius: Technika.
59. Rutkauskas, A., V. (2007). *Pelno inžinerija*. Vilnius
60. Rutkauskas, V., Stankevičius, P. (2004). *Finansų analizė, valdymas ir prognozavimas*. Vilnius.
61. Rutkauskas, V., Stankevičius, P. (2004). *Finansų analizė, valdymas ir prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
62. Samuelson, W., F., Marks, S., G. (1992). *Managerial economics*. USA
63. Sližytė, A. (2009). Kompleksinio organizacijos veiklos vertinimo sistemos formavimas. Mokslo darbai. ISSN 1822-6760, Nr. 18(3).
64. Smalenskas, G. (2007). *Finansai: mokomoji knyga aukštųjų mokyklų ir kolegijų studentams*. Vilnius: Homo liber.
65. Sudnickas, T. (2008). Šiuolaikinės veiklos matavimo sistemos. Integravimo su kokybės valdymo ir procesų tobulinimo sistemomis galimybės. *Viešoji politika ir administravimas*. ISSN 1648-2603, Nr. 26.
66. Šlekienė, D., Klimavičienė, I. (2000). *Įmonės veiklos finansinis įvertinimas*. Kaunas: technologija.
67. Tamašauskienė, Z. (2002). *Gamyba ir kaštai*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
68. Valančienė, L., Gimžauskienė, E. (2009). Dimensions of Performance Measurement System in Changes Research. *Engineering Economics*. ISSN 1392 – 2785 Nr. 4 (64).
69. Valkauskas, R. (2007). *Statistika*. Vilnius: VVAM.
70. Vitkienė, E. (2013). Relationship Between Corporate Ethos and Learning and Developing Organization in Changing Economic Environment. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*. ISSN 1392-1142.
71. Vodugirytė, A. Įmonės optimalios kapitalo struktūros formavimas [interaktyvus] [žiūrėta 2014-10-15]. Prieiga per internetą: <[http://www.ebiblioteka.lt/resursai/Konferencijos/KTU\\_PI/KNYGA2005%20PDF/straipsniai/Ekonomikos/Vidugiryte.pdf](http://www.ebiblioteka.lt/resursai/Konferencijos/KTU_PI/KNYGA2005%20PDF/straipsniai/Ekonomikos/Vidugiryte.pdf)>.
72. Zelgalve, E., Zaharčenko, A. (2012). Transformation of the role of financial analysis in enterprise management. *Organizacijų vadyba: socialiniai tyrimai*. ISSN 1392-1142
73. Žvinklys, J., Vabalas, E. (2006). *Įmonės ekonomika*. Vilnius: VVAM.

# **PRIEDAI**



## UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaita 2005 – 2014 m.

Eil. nr.	STRAIPSNIAI	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>I.</b>	<b>PARDAVIMO PAJAMOS</b>	<b>2434255</b>	<b>2835456</b>	<b>3745203</b>	<b>5416904</b>	<b>5376183</b>	<b>6013539</b>	<b>7034519</b>	<b>7661694</b>	<b>8181743</b>	<b>8737654</b>
<b>II.</b>	<b>PARDAVIMO SAVIKAINA</b>	<b>1578423</b>	<b>1652236</b>	<b>2734272</b>	<b>2937457</b>	<b>1941587</b>	<b>4893550</b>	<b>6097119</b>	<b>5178970</b>	<b>5827349</b>	<b>6345673</b>
<b>III.</b>	<b>BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)</b>	<b>855832</b>	<b>1183220</b>	<b>1010931</b>	<b>2479447</b>	<b>3434596</b>	<b>1119988</b>	<b>937400</b>	<b>2482724</b>	<b>2354394</b>	<b>2391981</b>
<b>IV.</b>	<b>VEIKLOS ŠAŅAUDOS</b>	<b>780525</b>	<b>1080870</b>	<b>824634</b>	<b>2199154</b>	<b>2974976</b>	<b>676342</b>	<b>603699</b>	<b>2075047</b>	<b>2137369</b>	<b>2267543</b>
IV.1	Pardavimo			4978	263227	13423	9961	90650	989986	1135026	1202151
IV.2	Bendrosios ir administracinės	780525	1080870	819656	1935926	2961553	666381	513048	1085061	1002343	1065392
<b>V.</b>	<b>TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)</b>	<b>75307</b>	<b>102349</b>	<b>186297</b>	<b>280293</b>	<b>459620</b>	<b>443647</b>	<b>333701</b>	<b>407677</b>	<b>217024</b>	<b>124438</b>
<b>VI.</b>	<b>KITA VEIKLA</b>	<b>4855</b>	<b>2863</b>	<b>2939</b>	<b>7665</b>	<b>4239</b>	<b>11437</b>	<b>7636</b>	<b>2</b>	<b>110566</b>	<b>211611</b>
VI.1.	Pajamos	15176	9842	5434	12169	4240	11437	7636	2	110566	211611
VI.2.	ŠaŅaudos	10321	6978	2494	4504	1	0	0			
<b>VII.</b>	<b>FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA</b>	<b>-14785</b>	<b>5221</b>	<b>-2933</b>	<b>-3489</b>	<b>1197</b>	<b>304</b>	<b>2775</b>	<b>5267</b>	<b>-2611</b>	<b>-523</b>
VII.1.	Pajamos	2504	6862	127	755	4068	3817	7048	9492	4573	5672
VII.2.	ŠaŅaudos	17289	1641	3060	4244	2871	3512	4273	4225	7184	6195
<b>VIII.</b>	<b>ĮPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)</b>	<b>65377</b>	<b>110434</b>	<b>186303</b>	<b>284469</b>	<b>465056</b>	<b>455388</b>	<b>344112</b>	<b>412946</b>	<b>324980</b>	<b>335526</b>
<b>IX.</b>	<b>PAGAUTĖ</b>	<b>2997</b>									
<b>X.</b>	<b>NETEKIMAI</b>	<b>46278</b>									
<b>XI.</b>	<b>PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKESTINIMĄ</b>	<b>22096</b>	<b>110434</b>	<b>186303</b>	<b>284469</b>	<b>465056</b>	<b>455388</b>	<b>344112</b>	<b>412946</b>	<b>324980</b>	<b>335526</b>
<b>XII.</b>	<b>PELNO MOKESTIS</b>	<b>4374</b>	<b>21469</b>	<b>35867</b>	<b>53719</b>	<b>64306</b>	<b>36478</b>	<b>28810</b>	<b>32826</b>	<b>25774</b>	<b>27875</b>
<b>XIII.</b>	<b>GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)</b>	<b>17721</b>	<b>88965</b>	<b>150436</b>	<b>230750</b>	<b>400750</b>	<b>418910</b>	<b>315302</b>	<b>380120</b>	<b>299206</b>	<b>307651</b>

## Duomenys sezoniškumo indeksams apskaičiuoti

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Aritmetinis vidurkis	Sezoniškumo indeksas
<b>Sausis</b>	169911	209456	248844	360244	425377	417651	529353	572655	607167	702356	424301	481321 / 424301 = 0,88
<b>Vasaris</b>	165831	204564	235967	359095	385097	405109	529374	598653	633012	693567	421027	481321 / 421027 = 0,87
<b>Kovas</b>	187309	229512	276608	404798	409133	469260	537385	601467	659403	715673	449055	481321 / 449055 = 0,93
<b>Balandis</b>	192415	223376	283703	442567	435878	460602	554834	610324	659034	731789	459452	481321 / 459452 = 0,95
<b>Gegužė</b>	195942	240203	313208	482633	450584	508129	565434	622411	649473	752312	478033	481321 / 478033 = 0,99
<b>Birželis</b>	207003	245981	319447	471130	469596	507910	579274	622685	699456	751245	487373	481321 / 487373 = 1,01
<b>Liepa</b>	221982	252290	326052	504067	501142	517373	639453	671245	708053	782346	512400	481321 / 512400 = 1,06
<b>Rugpjūtis</b>	220788	245948	322631	493438	485980	515260	592314	615438	696743	762389	495093	481321 / 495093 = 1,03
<b>Rugsėjis</b>	213961	237333	320830	488250	456182	542927	582845	647997	674892	751356	491657	481321 / 491657 = 1,02
<b>Spalis</b>	225363	250019	363323	496581	488259	577876	651043	693778	733892	802578	528271	481321 / 528271 = 1,10
<b>Lapkritis</b>	212874	238778	353715	443298	423652	543009	631073	675674	719364	814589	505603	481321 / 505603 = 1,05
<b>Gruodis</b>	220876	238778	355165	481802	445304	548434	642137	729367	741254	832710	523583	481321 / 523583 = 1,09
										Suma	<b>481321</b>	12

## Didžiausių apyvartą sudarantys produktai ir uždirbamos pajamos iš jų

Eil. Nr.	Produktas	Pardavimų kiekis	Pardavimų procentas nuo visų pardavimų	Parduotų prekių kaina (su PVM), eur/vnt	Pardavimo pajamos	Pardavimo pajamų procentas nuo visų pajamų
1	Šeiminkės duona	2127755	35,83	0,89	1893701,95	23,15
2	Senolių duona	1184373	19,94	0,89	1054091,97	12,88
3	Lazdelės su svogūnais	441848	7,44	0,66	291619,68	3,56
4	Duona "Liliputas"	441480	7,43	0,49	216325,2	2,64
5	Agluonos duona	368034	6,20	0,89	327550,26	4,00
6	Bandelė "Meškos letena"	303430	5,11	0,32	97097,6	1,19
7	Bandelė su karamele * 2 vnt	302800	5,10	0,49	148372	1,81
8	Duona "Ajeris"	292343	4,92	0,98	286496,14	3,50
9	Lazdelės su sezamais	255082	4,30	0,69	176006,58	2,15
10	Bandelė su lašiniai * 3vnt	221672	3,73	0,66	146303,52	1,79
<b>Iš viso pardavimo pajamų:</b>					<b>4637564,9</b>	<b>56,68</b>

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<i>Pokytis</i>	<b>2007</b>	<i>Pokytis</i>	<b>2008</b>	<i>Pokytis</i>	<b>2009</b>	<i>Pokytis</i>
<b>Bendrasis pardavimų pelningumas</b>	$\frac{2955018}{8404996} * 100 = 35,16\%$	47,31	6,57	26,99%	-20,32	45,77%	18,78	63,89%	18,12
<b>Veiklos pelningumas</b>	$\frac{260021}{8404996} * 100 = 3,09\%$	3,61%	0,52	4,97%	1,36	5,17%	0,20	8,55%	3,38
<b>Grynasis pardavimų pelningumas</b>	$\frac{61188}{8404996} * 100 = 0,73\%$	3,14%	2,41	4,02%	0,88	4,26%	0,24	7,45%	3,19
<b>Turto pelningumas</b>	$\frac{61188}{2598257} * 100 = 2,35\%$	9,98%	7,62	10,32%	0,34	14,28%	3,96	20,15%	5,87
<b>Nuosavo kapitalo pelningumas</b>	$\frac{61188}{1487013} * 100 = 4,11\%$	16,34%	12,22	21,92%	5,58	26,55%	4,63	31,56%	5,01

	<b>2010</b>	<i>Pokytis</i>	<b>2011</b>	<i>Pokytis</i>	<b>2012</b>	<i>Pokytis</i>	<b>2013</b>	<i>Pokytis</i>	<b>2014</b>	<i>Pokytis</i>
<b>Bendrasis pardavimų pelningumas</b>	18,62%	-45,27	13,13%	-5,49	32,40%	19,27	28,78%	-3,62	27,38%	-1,40
<b>Veiklos pelningumas</b>	7,38%	-1,17	4,74%	-2,64	5,32%	0,58	2,65%	-2,67	2,15%	-0,50
<b>Grynasis pardavimų pelningumas</b>	6,97%	-0,48	4,48%	-2,49	4,96%	0,48	3,66%	-1,30	3,52%	-0,14
<b>Turto pelningumas</b>	17,15%	-3,00	10,66%	-6,49	11,42%	0,76	8,42%	-3,00	8,19%	-0,23
<b>Nuosavo kapitalo pelningumas</b>	25,92%	-5,64	16,32%	-9,60	16,44%	0,12	11,46%	-4,98	10,77%	-0,69

**Statistinio reikšmingumo tikrinimas**

*Pardavimo pajamos – grynasis pelnas*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,192E+11	1	1,192E+11	<b>15,582</b>	,004 <sup>a</sup>
	Residual	6,121E+10	8	7,651E+09		
	Total	1,804E+11	9			

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-26563,375	79820,291		-,333	,748
pajamos	,051	,013	,813	<b>3,947</b>	,004

*Nuosavas kapitalas – grynasis pelnas*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,123E+11	1	1,123E+11	<b>13,172</b>	,007 <sup>a</sup>
	Residual	6,818E+10	8	8,522E+09		
	Total	1,804E+11	9			

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	68623,475	62453,584		1,099	,304
kapital	,137	,038	,789	<b>3,629</b>	,007

*Vidutinis gyventojų darbo užmokestis – grynasis pelnas*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,137E+11	1	1,137E+11	<b>13,645</b>	,006 <sup>a</sup>
	Residual	6,669E+10	8	8,336E+09		
	Total	1,804E+11	9			

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-722367,335	#####		-2,676	,028
DU	1704,611	461,469	,794	<b>3,694</b>	,006

*Namų ūkių išlaidos maistui – grynasis pelnas*

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,537E+11	1	1,537E+11	<b>46,016</b>	,000 <sup>a</sup>
Residual	2,672E+10	8	3,340E+09		
Total	1,804E+11	9			

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-632164,354	134098,217		-4,714	,002
	islaidos	14261,188	2102,340	,923	<b>6,783</b>	,000

**Ribinės analizės skaičiavimai***Šeimininkės duona:*

$$\left\{ \begin{array}{l} 3a_0 + 8044151a_1 = 2,62 \\ 8044151a_0 + 24111419992483a_1 = 7062401,74 \end{array} \right\}$$

$$\left\{ \begin{array}{l} 3b_0 + 8044151b_1 = 3993669 \\ 8044151b_0 + 24111419992483b_1 = 11869841455643 \end{array} \right\}$$

$$D = \begin{vmatrix} 3 & 8044151 \\ 8044151 & 24111419992483 \end{vmatrix} = 7625894666648$$

$$D = \begin{vmatrix} 3 & 8044151 \\ 8044151 & 24111419992483 \end{vmatrix} = 7625894666648$$

$$Da_0 = \begin{vmatrix} 2,62 & 8044151 \\ 7062401,74 & 24111419992483 \end{vmatrix} = 6360894361082,72$$

$$Db_0 = \begin{vmatrix} 3993669 & 8044151 \\ 11869841455643 & 24111419992483 \end{vmatrix} = -636451644841476000$$

$$Da_1 = \begin{vmatrix} 3 & 2,62 \\ 8044151 & 7062401,74 \end{vmatrix} = -111529,6$$

$$Db_1 = \begin{vmatrix} 3 & 3993669 \\ 8044151 & 11869841455643 \end{vmatrix} = 3966496946910$$

$$a_0 = \frac{6360894361082,72}{7625894666648} = 0,834$$

$$b_0 = \frac{-636451644841476000}{7625894666648} = -83459,28$$

$$a_1 = \frac{-111529,6}{7625894666648} = -0,0000000146$$

$$b_1 = \frac{3966496946910}{7625894666648} = 0,520$$

*Pardavimo pajamos*  $P = 0,834 - 0,0000000146Q$

*Pardavimo sąnaudos*  $S = -83459,28 + 0,520Q$

$$0,834 - 0,0000000146Q = 0,520$$

$$Q = 10734358 \text{ vnt.}$$

Senolių duona:

$$\begin{cases} 3a_0 + 6427395a_1 = 2,62 \\ 6427395a_0 + 41311406486025a_1 = 5632136,7 \end{cases}$$

$$D = \begin{vmatrix} 3 & 6427395 \\ 6427395 & 41311406486025 \end{vmatrix} = 4944702932064$$

$$Da_0 = \begin{vmatrix} 2,62 & 6427395 \\ 5632136,7 & 41311406486025 \end{vmatrix} = 4197034960234,56$$

$$Da_1 = \begin{vmatrix} 3 & 2,62 \\ 6427395 & 5632136,7 \end{vmatrix} = -56635,2$$

$$a_0 = \frac{4197034960234,56}{4944702932064} = 0,849$$

$$a_1 = \frac{-56635,2}{4944702932064} = -0,0000000115$$

Pardavimo pajamos  $P = 0,849 - 0,0000000115Q$

$$0,849 - 0,0000000115Q = 0,627$$

**Q = 9700850 vnt.**

$$\begin{cases} 3b_0 + 6427395b_1 = 3602129 \\ 6427395b_0 + 41311406486025b_1 = 8750173889037 \end{cases}$$

$$D = \begin{vmatrix} 3 & 6427395 \\ 6427395 & 41311406486025 \end{vmatrix} = 4944702932064$$

$$Db_0 = \begin{vmatrix} 3602129 & 6427395 \\ 8750173889037 & 41311406486025 \end{vmatrix} = -700666182836462000$$

$$Db_1 = \begin{vmatrix} 3 & 3602129 \\ 6427395 & 8750173889037 \end{vmatrix} = 3098215743156$$

$$b_0 = \frac{-700666182836462000}{4944702932064} = -141700$$

$$b_1 = \frac{3098215743156}{4944702932064} = 0,627$$

Pardavimo sąnaudos  $S = -141700,36 + 0,627Q$



## Lūžio taško kaitą lemiantys veiksniai

	<b>-15%</b>	<b>15%</b>
<b>Pajamos</b>	$8737654 * 0,85 = 7427005,9$	$8737654 * 1,15 = 10048302,1$
<b>Kintamos išlaidos</b>	6345673	6345673
<b>Ribinis pelnas</b>	$7427005,9 - 6345673 = 1081332,9$	$10048302,1 - 6345673 = 3702629,1$
<b>Ribinio pelno koeficientas</b>	$1081332,9 / 7427005,9 * 100\% = 14,56\%$	$3702629,1 / 10048302,1 * 100\% = 36,85\%$
<b>Pastovios išlaidos</b>	2267543	2267543
<b>Pajamos lūžio taške (pakitus pajamoms)</b>	$2267543 / 14,56\% = 15573784$	$2267543 / 36,85\% = 6153441$

	<b>-15%</b>	<b>15%</b>
<b>Pajamos</b>	8737654	8737654
<b>Kintamos išlaidos</b>	$6345673 * 0,85 = 5393822$	$6345673 * 1,15 = 7297524$
<b>Ribinis pelnas</b>	$8737654 - 5393822 = 3343832$	$8737654 - 7297524 = 1440130$
<b>Ribinio pelno koeficientas</b>	$3343832 / 8737654 * 100\% = 38,27\%$	$1440130 / 8737654 * 100\% = 16,48\%$
<b>Pastovios išlaidos</b>	2267543	2267543
<b>Pajamos lūžio taške (pakitus kintamoms išlaidoms)</b>	$2267543 / 38,27\% = 5925119$	$2267543 / 16,48\% = 13759363$

	<b>-15%</b>	<b>15%</b>
<b>Pajamos</b>	8737654	8737654
<b>Kintamos išlaidos</b>	6345673	6345673
<b>Ribinis pelnas</b>	$8737654 - 6345673 = 2391981$	$8737654 - 6345673 = 2391981$
<b>Ribinio pelno koeficientas</b>	$2391981 / 8737654 * 100\% = 27,38\%$	$2391981 / 8737654 * 100\% = 27,38\%$
<b>Pastovios išlaidos</b>	$2267543 * 0,85 = 1927412$	$2267543 * 1,15 = 2607675$
<b>Pajamos lūžio taške (pakitus pastovioms išlaidoms)</b>	$1927412 / 27,38\% = 7039489$	$2607675 / 27,38\% = 9524014$