

E. Klezytė. UAB „Lietuvos duona“ pelno ir pelningumo didinimo galimybių vertinimas

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA

Ernesta KLEZYTĖ

Ekonomikos studijų programos studentė

UAB „LIETUVOS DUONA“ PELNO IR
PELNINGUMO DIDINIMO GALIMYBIŲ
VERTINIMAS

Bakalauro baigiamasis darbas

Šiauliai, 2013

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA

Ernesta KLEZYTĖ

**UAB „LIETUVOS DUONA“ PELNO IR
PELNINGUMO DIDINIMO GALIMYBIŲ
VERTINIMAS**

Bakalauro baigiamasis darbas
Socialiniai mokslai, Ekonomika (EK 9.3)

Darbo vadovė:
Lekt. Lina GARŠVIENĖ

Teigiu, kad bakalauro studijų baigiamasis darbas, kurį teikiu Ekonomikos studijų programos bakalauro kvalifikaciniam laipsniui įgyti yra originalus autorinis darbas.

(Studento parašas)

Klezytė, E. (2013). UAB „Lietuvos duona“ pelno ir pelningumo didinimo galimybių vertinimas: universitetinių pagrindinių studijų Ekonomikos programos baigiamasis darbas / baigiamojo darbo vadovė lekt. L. Garšvienė. Šiaulių universitetas, Ekonomikos katedra, 51 p. (65 p.).

SANTRAUKA

Bakalauro baigiamajame darbe nagrinėjamas UAB „Lietuvos duona“ pelnas, pelningumas ir jų didinimo galimybės. Darbo teorinėje dalyje analizuojamas pelnas, jo 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. Praktinėje darbo dalyje atliekama pelno horizontalioji ir vertikalioji analizė, didžiausias dėmesys skiriamas pelno segmentinei analizei, kadangi ji suteikia platesnę informaciją. Taip pat skaičiuojami pelningumo ir efektyvumo rodikliai, bei analizuojami jų pokyčiai. Norint išsamiau išanalizuoti pelnui turinčius įtakos veiksnius, atlikta regresinė analizė. Taip pat įvertintos pelno ir pelningumo didėjimo galimybės atliekant prognozavimą. 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.

SUMMARY

Bachelor's thesis is UAB „Lietuvos duona“ profit, profitability and zoom capabilities. Theoretical work provides analysed profit, its structure, profit and profitability and the increase in the value of the company, filed, for profit and profitability evaluation of methods, and summarize factors affecting profit and profitability of the company changes. In the practical part of this thesis profit horizontal and vertical analysis, the focus is profit-sectional analysis, because it gives a wider information. It also calculated the profitability and efficiency indicators, and analyzed their changes. In order to further analyze the factors affecting a regression analysis. It is also estimated profit and profitability to increase opportunities for forecasting. The investigation has led to the conclusions that corporate profits the sales revenue, individual profitable product cost and price changes. Therefore, to ensure that profit and profitability should upward trend, the company should be the maximum attention to these factors.

TURINYS

ĮVADAS	7
1. PELNO IR PELNINGUMO ANALIZĖ TEORINIU ASPEKTU	9
1.1. Pelno susidarymo sampratos analizė	9
1.2. Pelno ir pelningumo didėjimo įmonėje svarba ir galimybės	14
1.3. Pelningumo ir efektyvumo rodiklių reikšmė pelno analizėje	16
1.4. Pelno ir pelningumo didinimo galimybių vertinimo metodai	19
1.5. Pelną lemiančių veiksnių grupavimas	21
1.6. Darbe naudojami statistiniai metodai	23
2. PELNO, PELNINGUMO ANALIZĖ IR JŲ DIDINIMO GALIMYBĖS	25
2.1. UAB „Lietuvos duona“ veiklos charakteristika	25
2.2. UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaitos dinamikos ir struktūros analizė	26
2.3. UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno analizė	30
2.4. UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno segmentinė analizė	32
2.5. UAB „Lietuvos duona“ pelningumo rodiklių analizė	36
2.6. UAB „Lietuvos duona“ efektyvumo rodiklių analizė	40
2.7. UAB „Lietuvos duona“ pelno analizė taikant rodiklių tarpusavio priklausomybę ..	42
2.8. UAB „Lietuvos duona“ pelno ir pelningumo didinimo galimybės ir jų ekonominis pagrindimas	44
IŠVADOS	47
LITERATŪRA	49
PRIEDAI	52

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1.1 lentelė. Buhalterinio ir ekonominio pelno skaičiavimas	13
1.2 lentelė. Pelno ekonominė reikšmė pagal interesų grupes	15
1.3 lentelė. Pelningumo skaičiavimams naudojamos formulės	17
1.4 lentelė. Veiklos efektyvumo rodiklių skaičiavimams naudojamos formulės	19
1.5 lentelė. Pelno ir pelningumo analizės tikslai	19
1.6 lentelė. Pelno analizės metodai	20
1.7 lentelė. Veiksniai, turintys įtakos bendrojo pelno dydžiui ir jų tarpusavio ryšys	22
2.1 lentelė. Nenuostolingos pardavimo mastas 2005 – 2012 m.	31
2.2 lentelė. Duomenys Šeimininkės ir Senolių duonos bendrojo pelno analizei	35
2.3 lentelė. Analizuojamų veiksnių įtaka Šeimininkės ir Senolių duonos bendrajam pelnui	35
2.4 lentelė. UAB „Lietuvos duona“ grynojo pardavimų pelningumo mažėjimą lėmę veiksniai 2010 – 2011 m.	39
2.5 lentelė. Bendrojo pelno prognozė 2013 m.	45

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1.1 pav. Pelno susidarymo šaltiniai	10
1.2 pav. Pelno susidarymo eiga.	11
1.3 pav. Pelno didinimo rezervai	16
2.1 pav. Pardavimo pajamų, savikainos, bendrojo pelno ir grynojo pelno rodiklių dinamika 2005 – 2012 m.	27
2.2 pav. UAB „Lietuvos duona“ pelno rodiklių dalis pardavimuose 2005 – 2012 m.	29
2.3 pav. UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno kitimą lemiantys veiksniai	30
2.4 pav. UAB „Lietuvos duona“ pajamų dalis bendrose pajamose pagal dešimt didžiausių apyvartą sudarančių produktų.....	32
2.5 pav. Didžiausių apyvartą sudarančių produktų paklausos svyravimai pakitus kainoms 2011 m. gegužės - liepos mėnesiais.	33
2.6 pav. Savikainos struktūra pagal produkto rūšis	34
2.7 pav. UAB „Lietuvos duona“ pardavimų pelningumo rodiklių dinamika 2005 – 2012 m.	36
2.8 pav. UAB „Lietuvos duona“ turto ir nuosavo kapitalo pelningumai 2005 – 2012 m.	37
2.9 pav. UAB „Lietuvos duona“ grynojo pelningumo palyginimas su šakos grynuoju pelningumu 2005 – 2011 m.	38
2.10 pav. UAB „Lietuvos duona“ išlaidų lygio rodikliai 2005 – 2012 m.	40
2.11 pav. UAB „Lietuvos duona“ darbo našumo rodikliai 2005 – 2012 m.	41
2.12 pav. UAB „Lietuvos duona“ ilgalaikio turto ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė	42
2.13 pav. UAB „Lietuvos duona“ nuosavo kapitalo ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė	43
2.14 pav. UAB „Lietuvos duona“ pardavimo pajamų ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė	44
2.15 pav. UAB „Lietuvos duona“ prognozuojami pardavimų pelningumo rodikliai 2013 m.	46

IVADAS

Pelnas ir pelningumas pagal savo turinį yra skirtingos sąvokos. Pelnas yra uždirbtų pajamų ir patirtų sąnaudų rezultatas. Pagal jį įmonei sunku priimti tinkamus valdymo sprendimus. Todėl tinkamesnis ir išsamesnis yra pelningumo rodiklis, kuris apibūdina įmonės galimybes ir pagal jį galima spręsti apie įmonės veiklos valdymą. Tačiau pelnas ir pelningumas yra rodikliai, kurie neatsiejami ir papildo vienas nuo kitą.

Darbo aktualumas: kiekvienos įmonės tikslas yra pelno siekimas. Dėl to kiekvienas įmonės vadovas turėtų žinoti veiksnius, kurie lemia pelno didėjimą. Nevertinant ateities perspektyvų, įmonių vadovai rizikuoja patirti galimus veiklos nuostolius arba negauti tokio pelno, kokio buvo tikėtasi. Taigi, kad sprendimai susiję su įmonės veikla būtų priimami teisingi, reikalinga nuolatinė ir išsami pelno ir pelningumo analizė bei jų kitimo priežasčių numatymas.

Darbo naujumas: Duonos gamybos įmonėms sunku įsitvirtinti rinkoje, dėl didelės konkurencijos ir oligopolinių duonos gamybos rinkos bruožų, todėl šie veiksniai taip pat parodo, kad būtina pelno ir pelningumo analizė, norint išlikti ir dirbti pelningai rinkoje. Įmonei labai svarbu apibrėžti ir tikslingai interpretuoti kiekvieno iš jos prekiaujamų produktų reikšmę pelnui ir pelningumui. Taip pat analizuojamoje UAB „Lietuvos duona“ nebuvo atlikta struktūrinė pelno pagal jos produktus analizė, todėl šis baigiamasis darbas suteikia galimybę įmonės vadovams išsamiau pažvelgti į esamą įmonės būklę ir galimybes didinti pelną bei pelningumą.

Darbo tikslas: teoriniu aspektu išskirti pelno ir pelningumo įmonėje vertinimo metodus bei pagal juos atlikti UAB „Lietuvos duona“ pelno ir pelningumo didinimo galimybių vertinimą produktų struktūros aspektu.

Tyrimo objektas: įmonės pelno ir pelningumo rezultatai.

Problema: pelnas yra gana abstraktus rodiklis, kurį lemia daugybė veiksnių, todėl įmonėms vadovams yra sunku tinkamai analizuoti ir stebėti pelno ir pelningumo dinamiką. Taip pat vis dar egzistuojantis įmonės vadovų požiūris, kad pelno analizė nėra labai svarbi, norint tinkamai valdyti įmonę. Išsamią pelno analizę įmonėje apsunkina gaminamų produktų gausa, todėl darbe, siekiant išskirti įmonės pelnui ir pelningumui svarbiausius jos produktus, daugiausia dėmesio skirta struktūrinei pelno analizei.

Darbo uždaviniai:

1. Atlikti pelno susidarymo ir pelno bei pelningumo analizės reikšmingumo vertinimą;
2. Išskirti metodus, kuriais būtų galima vertinti pelno, pelningumo pokyčius ir tai lėmusias priežastis;

3. Atlikti UAB „Lietuvos duona“ pelno bei pelningumo rodiklių analizę 2005 – 2012 m., siekiant nustatyti rodiklių kitimo priežastis;
4. Atlikti UAB „Lietuvos duona“ pelno analizę pagal jos produktų struktūrą;
5. Išanalizuoti UAB „Lietuvos duona“ pelną lemiančių rodiklių tarpusavio priklausomybę;
6. Numatyti UAB „Lietuvos duona“ pelno ir pelningumo didinimo galimybes.

Tyrimo metodai: siekiant įvertinti pelną, pelningumą ir jų pokyčius baigiamajame bakalauro darbe teorinėje dalyje atlikta mokslinės literatūros analizė, praktinėje dalyje - horizontalioji ir vertikalioji analizė, santykinų rodiklių analizė, faktorinė analizė, segmentinė analizė, grandinių keitimų metodas, regresinė analizė, ir prognozavimas.

Atsiribojimai: rašant bakalauro baigiamąjį darbą buvo atsiribota nuo kitų finansinių rodiklių, analizuotas tik įmonės pelnas, pelningumas ir efektyvumo rodikliai. Taip pat analizuojant pelną ir pelningumą atsiribota nuo išorinės aplinkos veiksnių.

Darbo struktūra: tiriamojoje dalyje analizuojamas pelnas, jo struktūra, pelno ir pelningumo didėjimo reikšmė įmonei, pelną ir pelningumą vertinantys metodai, bei veiksniai turintys įtakos pelno ir pelningumo įmonėje pokyčiams. Praktinėje darbo dalyje atliekama pelno horizontalioji ir vertikalioji analizė, pelną lemiančių veiksnių analizė segmentinės analizės pagrindu. Taip pat skaičiuojami pelningumo ir efektyvumo rodikliai, bei analizuojami jų pokyčiai. Atlikta regresinė analizė ir prognozavimas. Atliekant pelno ir pelningumo analizę naudotasi įvairių autorių pateiktomis pelno ir pelningumo analizės schemomis. Taip pat darbą sudaro įvadas, tiriamoji ir praktinė dalis, išvados ir rekomendacijos bei priedai.

1. PELNO IR PELNINGUMO ANALIZĖ TEORINIU ASPEKTU

Teorinės dalies skyriuje atlikta pelno ir jo susidarymo analizė, išgryninta pelno ir pelningumo didėjimo reikšmė įmonėje, identifikuojami pelną ir pelningumą vertinantys metodai bei apibendrinti pelną lemiantys veiksniai.

1.1. Pelno susidarymo sampratos analizė

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). Verslo įmonėms pelnas yra tarsi likutinis rodiklis, apskaičiuojamas kaip įmonei liekantis skirtumas tarp visų gautų per laikotarpį pajamų ir visų patirtų išlaidų. Visos įmonės siekia, kad jų pajamos už parduotą produkciją viršytų gamybos išlaidas, ir jos galėtų vadintis pelningomis, arba rentabiliomis (Martinkus, B., Žičkienė, S., Žilinskas, V. 2002).

Buhalterinės apskaitos ir įmonių veiklos analizės specialistai teigia, kad pelnas yra gana plati sąvoka ir labiausiai apibendrinantis įmonės veiklą rodiklis. Jis rodo įmonės gamybos ekonominį efektyvumą. Taip pat yra susijęs su visais įmonės veiklos rodikliais: turtu, kapitalu, įsipareigojimais, pajamomis, sąnaudomis ir kt., todėl plačiai naudojamas vertinant įmonės darbo efektyvumą ir jos veiklą. Kiekvienos Lietuvos įmonės, dirbančios rinkos ekonomikos sąlygomis, veiklos efektyvumo matas yra per ataskaitinį laikotarpį uždirbto pelno suma (Bagdžiūnienė, V. 2006). Taigi verslo įmonės finansinė būklė visada priklauso nuo gaunamo pelno ir rentabilumo. Todėl pelno, kaip pagrindinio siekiamo finansinio tikslo, plano sudarymas, jo pasiekimo priemonių įgyvendinimas ir pelno naudojimo krypčių nustatymas yra svarbios finansinės būklės stabilizavimo prielaidos (Rutkauskas, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, V. 2009)

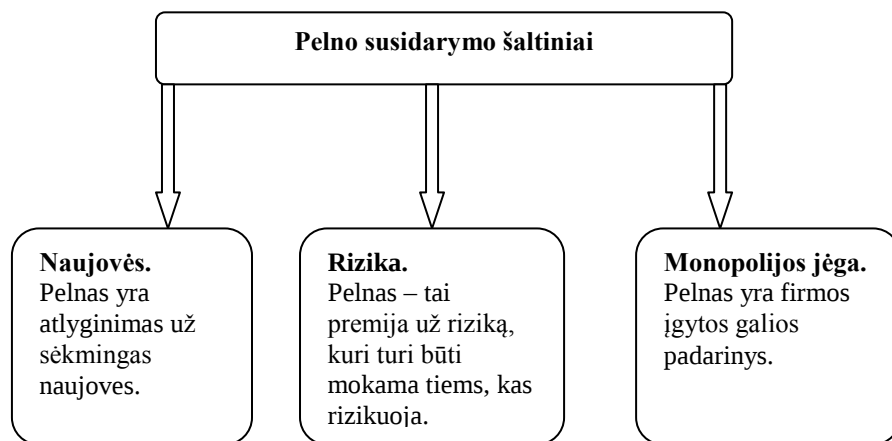
Rinkos sąlygomis įmonės pelnas priklauso nuo veiklos masto, verslo aplinkos, apskaitos sistemos principų, paklausos, gyventojų perkamosios galios bei kitų konkrečių ekonominių sąlygų, tokių kaip (Bagdžiūnienė, V. 2006, Juozaitienė, L. 2007):

- Ilgalaikio turto nusidėvėjimo skaičiavimo būdo;
- Turto įvertinimo būdo;
- Atsargų apskaitos metodo (FIFO, LIFO, vidurkių, konkrečių kainų);
- Sudaryto rezervo abejotinoms skoloms padengti;
- Kreditų palūkanų.

Pelnas kaip sąvoka atsirado jau labai senai, todėl jo prigimtį aiškina šios teorijos (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.

Pelno dydis priklauso ir nuo jo susidarymo šaltinių, todėl norint tinkamai analizuoti pelną yra tikslinga išsiaiškinti šiuos šaltinius, kurie pateikti 1.1 paveiksle.



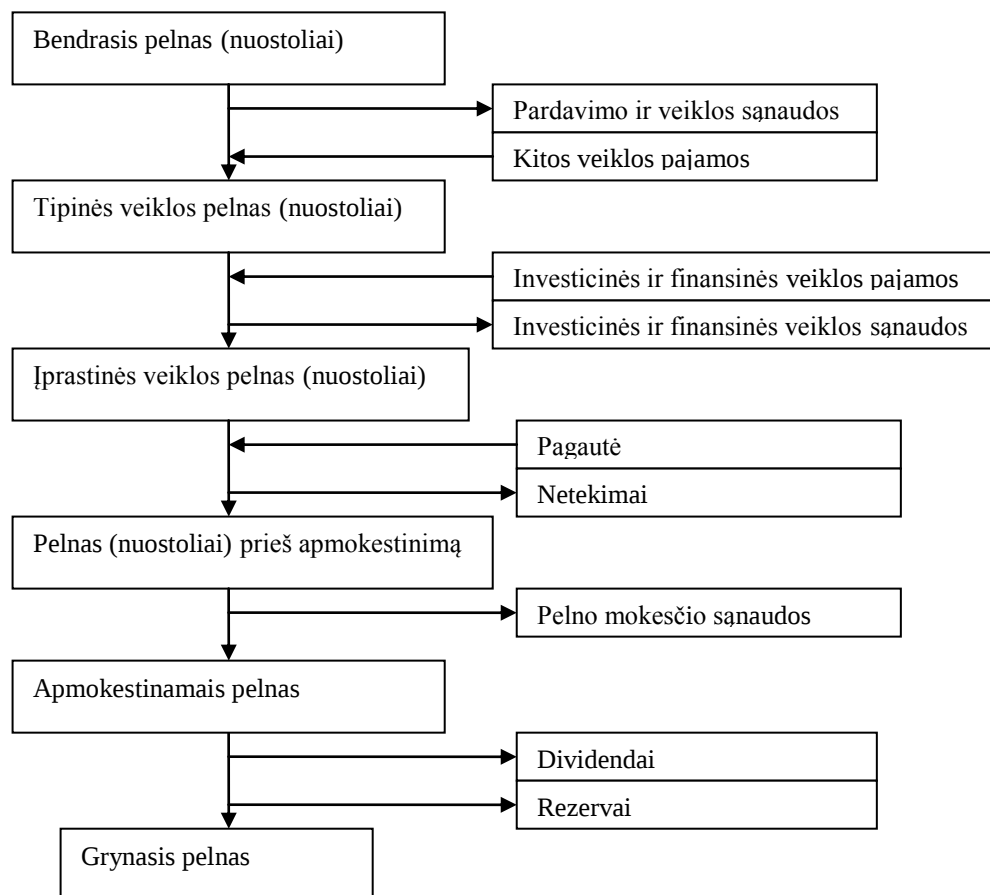
1.1 pav. Pelno susidarymo šaltiniai

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Lydeka, Z., Drilingas, B. (2002).

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 stengiamasi 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. Tačiau 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).

Kadangi pelnas yra toks rodiklis, kuris nėra vienareikšmis, ir iš karto nesuteikia informacijos apie galutinį rezultatą, todėl būtina žinoti pelno susidarymo eigą, nes tik žinant koks pelnas yra analizuojamas galima jį vertinti ir lyginti su kitomis, ta pačia veikla užsiimančiomis, įmonėmis.



1.2 pav. Pelno susidarymo eiga

Šaltinis: Bagdžiūnienė, V. (2006).

Įmonės pelno (nuostolių) ataskaitoje yra pateikiamos skirtingos pelno rūšys, iš kurių galima matyti pelno susidarymo eigą ir nustatyti skirtingą rezultatą. Matyti, kad pelnas susidaro pagal tam tikrą eiliškumą. Pirmasis yra bendrasis pelnas, kuris apibūdina įmonės pelną gautą iš pardavimų pajamų atėmus pardavimo savikainą. Tada tipinės veiklos pelnas, kuris apskaičiuojamas įtraukiant veiklos sąnaudas. Įprastinės veiklos pelnas susideda iš bendrojo pelno, tipinės veiklos pelno ir finansinės - investicinės veiklos pelno. Galiausiai atskaičiavus pelno mokestį susidaro grynasis pelnas, tai rodiklis rodantis galutinį rezultatą, ir tikrąją pelno sumą, kuria gali disponuoti įmonė.

Įmonės pelnas yra svarbiausia ekonominė kategorija ir pagrindinis komercinės veiklos tikslas. Kaip ekonominė kategorija pelnas atspindi grynąsias pajamas, sukurtas materialinėje gamyboje, ir atlieka daug funkcijų. Pelnas parodo ekonominį efektą, pasiektą įmonės veikloje. Taip pat atlieka skatinimo funkciją, 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. Taip pat pelno mokesčio pavidalu pelno dalis dalyvauja formuojant valstybės biudžetą (Andrijauskienė, A. 2004).

Kad būtų galima lengviau suprasti koks įmonės pelnas yra nagrinėjamas 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.
- *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 būtinai, 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.

Tačiau ekonomikos teorijos disciplinose dažniausiai nagrinėjamos dvi anksčiau pateiktos pelno rūšys, t.y. buhalterinis ir ekonominis pelnas (Jakutis, A. 2007).

Buhalterinio ir ekonominio pelno skaičiavimas

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

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Žvinklys, J., Vabalas, E. (2006). Aukščiūnas, V., Ginevičius, R. (2011).

Ekonominės išlaidos nuo buhalterinių išlaidų skiriasi tuo, kad 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 (Jakutis, A., Petraškevičius, V., Stepanovas, A., Šečkutė, L., Zaicev, S. 2005, Aukščiūnas, V., Ginevičius, R. 2011).

Pass, C., Lowes, B., Davies, L. (1997) pateikia tokius, ekonominio pelno nagrinėjimo būdus:

1. Pelnas, atitenkantis įmonių savininkams atskaičius visas tiesiogines sąnaudas ir visas galimai numanomas sąnaudas;
2. Grynosios įplaukos firmos savininkams už kapitalo tiekimą ir už riziką;
3. Atlyginimas įmonininkams už gamybos organizavimą, naujų prekių gamybą, patirtą riziką ir t.t.;
4. Pagrindinis privataus verslo ekonomikos pagrindas, leidžiantis paskirstyti išteklius tarp konkuruojančių galutinių vartotojų poreikių;
5. Pajamų šaltinis suminių rodiklių požiūriu, ir todėl įskaitomas kaip nacionalinių pajamų dalis.

Taip pat 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. Pagal šią sistemą naudojami tokie pelno rodikliai (Žvinklys, J., Vabalas, E. 2006. Rutkauskas, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, V. 2009):

- Bendrasis pelnas;
- Veiklos pelnas;
- Įprastinės veiklos pelnas;
- Pelnas (nuostoliai) prieš apmokestinimą;
- Grynasis pelnas (nuostoliai).

Nors bendrasis pelnas nerodo tikro, galutinio įmonės veiklos rezultato. Tačiau jo skaičiavimas leidžia daryti svarbius ūkinės veiklos sprendimus, analizuoti veiklos pelno dydį

lemiančius veiksnius. Labai svarbi bendrojo pelno savybė yra dar ir ta, kad juo remiantis galima apskaičiuoti nenuostolingą pardavimo mastą (NPM). Šis rodiklis rodo, kad jam esant veiklos pelnas lygus nuliui. Kai įmonės pardavimo pajamos viršys NPM, įmonė gaus pelną, o jei pardavimo pajamos bus mažesnės, įmonė patirs nuostolių. Skaičiavimams reikalingos formulės (Žvinklys, J., Vabalas, E. 2006):

$$K_{BP} = \frac{BP}{PP}; \quad NPM = \frac{VS}{K_{BP}}$$

K_{BP} – bendrojo pelno koeficientas;

BP – visas bendrasis pelnas;

PP – visa pardavimo pajamų suma;

VS – veiklos sąnaudos.

Grynasis pelnas, kuris rodo galutinę įmonės pelno sumą priklauso nuo 3 pagrindinių veiksnių: pardavimų apimtys didinimo, sąnaudų mažinimo ir pelno mokesčio mažinimo. Pardavimus didinti galima didinant gamybos tempus, keičiant kainas. Sąnaudų mažinimui turi įtakos medžiagų imlumo, pardavimo sąnaudų, bei veiklos sąnaudų mažinimas.

Apibendrinant, 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. Iš pelno rūšių gausos galima teigti, kad kuo įvairesniais būdais skaičiuojamas ir išreiškiamas pelnas, tuo daugiau yra veiksnių, kurie gali įtakoti pelno pokyčius.

1.2. Pelno ir pelningumo didėjimo įmonėje svarba ir galimybės

Pelno didinimas - vienas iš pagrindinių įmonių, dirbančių rinkos ekonomikos sąlygomis, uždavinių (Martinkus, B., Žičkienė, S., Žilinskas, V. 2002). Jeigu įmonė uždirba pakankamai pelno, tai ji gali vykdyti investicijas, plėsti savo veiklą, kurti naujus produktus, skatinti ir motyvuoti darbuotojus, o dėl šios priežasties didėja ir įmonės konkurencinės galimybės ir užimama stabili vieta rinkoje. Tačiau gauti didelį pelną įmonėms dažnai trukdo per didelės išlaidos (Mackevičius, J. 2007).

Pelno didinimu yra suinteresuotos visos įmonės: gamybinės, komercinės, finansinės verslo įmonės. Tačiau spręsti pelno optimizavimo klausimus reikėtų atsargiai, nes maksimalus pelno siekimas gali sukelti ir tam tikrų *nepageidaujamų pasekmių* (Juozaitytė, L. 2008):

- Padidinti įmonės veiklos riziką;

- Įmonei siekiant tik finansinės naudos, gali būti pažeidžiami darbuotojų interesai – jiems laiku nemokant arba mokant mažus atlyginimus, nesprendžiant kolektyvo socialinių problemų, nediegiant naujų technologijų.

Taip pat reikia atkreipti dėmesį į tai, kad siekiant padidinti gaunamą pelną ne visada padidėja ir pelningumas, nes tai dar priklauso ir nuo sąnaudų dydžio (Bagdonas, E., Kazlauskienė, E. 2002). Labai svarbi yra ir pelno ekonominė reikšmė. Ji skirtingose interesų grupėse skiriasi ir tai iliustruoja 1.2 lentelė.

1.2 lentelė

Pelno ekonominė reikšmė pagal interesų grupes

Kapitalo savininkai	Valstybė (regionas)	Vadybininkai	Verslo partneriai
Siekia didinti pelną, nes laukia daugiau pajamų iš investuoto kapitalo.	Suinteresuota pelninga verslo įmonių veikla, nes ji lemia ekonomikos augimą ir didesnes valstybės biudžeto pajamas.	Didesnis pelnas rodo gerus jų vadybinius gebėjimus ir tai skatina dirbti.	Didelis įmonės pelnas teikia saugumą ir didesnę ekonominių sandorių patikimumą.

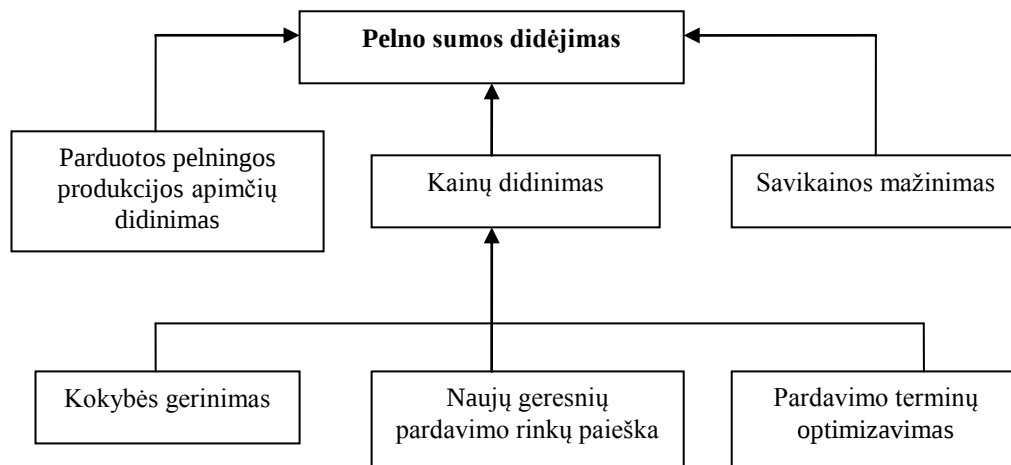
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Juozaitienė, L. (2007).

Tačiau išvystytos rinkos ekonomikos sąlygomis būtina ne tik dirbti pelningai, bet ir sugebėti pateikti vartotojams tokį produktą, kuris duotų jam naudą kokybės aspektu. Taigi gamyba turi būti pelninga pasaulinės ekonomikos mastu. Verslininkai turi žinoti, kad jų sprendimai vartotojams turi duoti vertę, didesnę negu išlaidos tos vertės pateikimui (Mackevičius, J., Poškaitė, D. 1998).

K. Kindsfaterienė (2008) teigia, kad organizacijos sėkmę 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).

Kadangi įmonei toks svarbus yra pelno didinimas, reikia žinoti rezervus, kuriuos tinkamai valdant būtų galima tai pasiekti.



1.3 pav. **Pelno didinimo rezervai**

Šaltinis: Bagdžiūnienė, V. (2006).

Gamybos apimtis, produkto kaina ir įmonės pelnas turi tam tikrą funkcinę priklausomybę, todėl maksimalų pelną galima pasiekti per tam tikrą minėtų veiksnių derinį, t.y. gamybos apimtys didinimas leidžia sumažinti prekių savikainą, tačiau gali pareikalauti didesnių veiklos išlaidų, todėl priimant sprendimus, susijusius su pelno maksimizavimu, reikėtų atkreipti dėmesį į ribinių pajamų bei išlaidų teoriją. Siekdama maksimizuoti pelną, įmonė turi pasirinkti tokią gamybos apimtį, kuriai esant ribinės pajamos lygios ribiniams kaštams (Baumol, W., J., Blinder, A., S. 1994, Snieška, V. ir kt. 2006).

Apibendrinant galima teigti, kad pelno ir pelningumo didėjimo siekimas yra labai svarbus kiekvienos įmonės tikslas ir siekis. Įmonė turinti pakankamas pelno apimtis ir tuo pačiu gerą pelningumą yra daug patrauklesnė investuotojams ir gali pritraukti labiau kvalifikuotą darbo jėgą.

1.3. Pelningumo ir efektyvumo rodiklių reikšmė pelno analizėje

Būtina atkreipti dėmesį į tai, kad pelnas yra išvestinis absoliutinis dydis. O absoliuti grynojo pelno vertė dar neparodo, kaip panaudojami darbo, materialiniai ištekliai, kapitalas. Todėl analizuojant įmonės finansinę būklę, tinkamesni yra santykiniai rodikliai. Vienas iš tokių rodiklių yra pelningumas. Pelningumas – įmonės gebėjimas uždirbti pelną – gauti kuo daugiau pelno iš kiekvieno investuoto į įmonę lito. Pelningumo rodikliais yra remiamasi atliekant finansinę analizę, nes (Lazauskas, J. 2005, Bagdžiūnienė, V. 2006):

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

Taigi apskaičiavus pelningumo rodiklius ir juos lyginant su ankstesnių metų rodikliais, kitų įmonių rodikliais, yra gaunama daug išsamesnė informacija nei analizuojant absoliutinius pelno rodiklius (Kvedaraitė, V. 1997). Taip pat pelningumo rodikliai padeda investuotojams orientuotis, ar verta investuoti į šią įmonę (Mackevičius, J. 2007, Cibulskienė, D., Butkus, M. 2007, Aukščiūnas, V., Ginevičius, R. 2011). Pasak Boguslauskas, V., Jagelavičius, G. (2002) pelningumo analizė yra pagrindinis įrankis, rodantis, jog reikia priimti strateginius sprendimus.

Svarbiausias įmonės veiklos efektyvumą apibūdinantis kriterijus yra grynasis pelnas, kuriuo remiantis skaičiuojami pagrindiniai santykiniai pelningumo rodikliai, rodantys, kokia kaina gaunamas pelnas (Juozaitienė, L. 2007). Rodiklių apskaičiavimui reikalingos formulės pateiktos 1.3 lentelėje.

1.3 lentelė

Pelningumo skaičiavimams naudojamos formulės

Rodiklio grupė	Rodiklio pavadinimas	Skaičiavimo formulė
Pajamų pelningumas	Bendrasis pardavimų pelningumas	Bendrasis pelnas / pardavimo pajamos
	Veiklos pardavimų pelningumas	Veiklos pelnas / pardavimo pajamos
	Įprastinės veiklos pardavimų pelningumas	Įprastinės veiklos pelnas / pardavimo pajamos
	Grynasis pardavimų pelningumas	Grynasis pelnas / pardavimo pajamos
Kapitalo pelningumas	Nuosavo kapitalo pelningumas	Grynasis pelnas / nuosavas kapitalas
Turto pelningumas	Turto pelningumas	Grynasis pelnas / turtas

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Kvedaraitė, V. (1997), Obi, C. P. (1999), Smalenskas, G. (2000), Rutkauskas, V. A., Damašienė, V. (2002), Rutkauskas, V., Stankevičius, P. (2004), Buckiūnienė, O. (2005), Bagdžiūnienė, V. (2006), Žvinklys, J., Vabalas, E. (2006), Gronskas, V. (2006), Juozaitienė, L. (2007), Kancerevyčius, G. (2009), Rutkauskas, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, V. (2009), Aleknevičienė, V. (2011), Mackevičius, J., Poškaitė, D., Villis, L. (2011).

Bendrasis pardavimų pelningumas rodo, kiek bendrojo pelno tenka vienam pardavimo pajamų litui. Taip pat padeda kontroliuoti parduodamų prekių savikainą ir kainodaros politiką, parodo vadovų sugebėjimą parduoti savo pagamintą produkciją brangiau negu šių prekių ar paslaugų išlaidos (Rutkauskas, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, V. 2009). *Vertinimo kriterijai*: >35 – labai geras, >15 – geras, <15 – patenkinamas, <7 – nepatenkinamas. Šio rodiklio didėjimas rodo įmonėje taikomą racionalią rinkodarą,

gerėjančius produkcijos gamybos ir jos pardavimo rezultatus (Mackevičius, J., Poškaitė, D., Villis, L. 2011).

Veiklos pardavimų pelningumas rodo kiek veiklos pelno tenka vienam pardavimo pajamų litui. Šis rodiklis priklauso nuo pardavimų apimčių, produkcijos pardavimo kainų, produkcijos gamybos savikainos, įmonės galimybės kontroliuoti išlaidas (Aleksnevičienė, V. 2011). *Vertinimo kriterijai*: kuo didesnis, tuo geriau.

Įprastinės veiklos pardavimų pelningumas apibūdina pardavimų pelningumą iki mokesčių išskaitymo (Mackevičius, J., Poškaitė, D. 1998). *Vertinimo kriterijai*: kuo didesnis, tuo geriau.

Grynasis pardavimų pelningumas rodo, kiek grynojo pelno tenka vienam pardavimo litui. Taip pat iš šio rodiklio galima spręsti, ar pelningas yra pardavimų procesas (Juozaitienė, L. 2007). Šio rodiklio mažėjimas parodo įmonės finansinės būklės pablogėjimą, o aukštos pelningumo reikšmės nusako įmonės stabilumą ir veiklos tikslingumą rinkoje. (Smalenskas, 1997). *Vertinimo kriterijai*: >25 – labai geras, >10 – geras, <10 – patenkinamas, <5 – nepatenkinamas.

Nuosavo kapitalo pelningumas rodo nuosavo kapitalo panaudojimo efektyvumą, ar pelningos akcininkų investicijos. Taip pat įmonės funkcionavimo galimybes, jos potencialą (Gronskas, V. 2006). *Vertinimo kriterijai*: >30 – labai geras, >20 – geras, >10 – patenkinamas, <10 – nepatenkinamas.

Turto pelningumas rodo įmonės turto – išteklių panaudojimo efektyvumą. Šis rodiklis gali būti apskaičiuotas įvairiais būdais, todėl gali parodyti vadovų gamybinio bei finansinio darbo sėkmę (Buckiūnienė, O. 2005). *Vertinimo kriterijai*: >20 – labai geras, >15 – geras, >8 – patenkinamas, <8 – nepatenkinamas.

Visų pardavimo proceso tarpinių pelno rodiklių palyginimas, imant keletą ataskaitinių laikotarpių, leidžia padaryti išvadą apie atskirų įmonės veiklos etapų iki galutinio prekių pardavimo ar paslaugų suteikimo efektyvumą, kontroliuoti išlaidų formavimąsi šiuose etapuose bei jų įtaką galutiniam grynojo pelningumo rodikliui (Mackevičius, J., Poškaitė, D. 1998).

Kiti taip pat labai svarbūs, analizuojant pelną, santykiniai rodikliai yra veiklos efektyvumo. Pagal V. Sūdžių (1997) pagrindinis veiklos efektyvumo įvertinimo kriterijus yra būtent gautas pelnas. Taip pat pagal absoliučius ir santykinius rodiklius nustatomas gamybos efektyvumas yra siejamas su gaunamu pelnu įmonėje. Sąnaudų lygio rodikliai yra vieni iš geriausiai parodančių įmonės efektyvumą. Norint apskaičiuoti ir įvertinti įmonės veiklos efektyvumą remiamasi formulėmis pateiktomis 1.4 lentelėje.

1.4 lentelė

Veiklos efektyvumo rodiklių skaičiavimams naudojamos formulės

Rodiklio grupė	Rodiklio pavadinimas	Skaičiavimo formulės
Išlaidų lygio rodikliai	Pardavimo savikainos lygis	pardavimo savikaina / pardavimo pajamos
	Veiklos sąnaudos vienam pardavimo pajamų litui	veiklos sąnaudos / pardavimo pajamos
Darbo našumo rodikliai	Pardavimo pajamų dalis tenkanti vienam darbuotojui	pardavimo pajamos / darbuotojų skaičius
	Grynojo pelno dalis tenkanti vienam darbuotojui	grynasis pelnas / darbuotojų skaičius

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Gronskas, V. (2006), Mackevičius, J. (2007)

Pardavimo savikainos lygis. Iš šio rodiklio galima spręsti apie įmonės veiklos efektyvumą ir sugebėjimą kontroliuoti įmonėje patiriamas išlaidas. Rodiklio ribos yra 50-90%.

Veiklos sąnaudos vienam pardavimo pajamų litui. Pasak J. Mackevičius (2007) šis rodiklis neturėtų būti didesnis kaip 17 – 18%, tačiau kuo jis mažesnis tuo įmonei yra geriau.

Taigi, labai svarbu yra išsiaiškinti, kokį pelningumo rodiklį įmonė naudoja, priimdama įvairius, su įmonės veikla susijusius, sprendimus. Išanalizavus įvairių autorių pateiktą informaciją apie pelningumą ir efektyvumą, galima teigti, kad naudojant santykinius rodiklius galima gana tiksliai įvertinti įvairias įmonės veiklas, prognozuoti ir priimti optimalius sprendimus.

1.4. Pelno ir pelningumo didinimo galimybių vertinimo metodai

Norint tinkamai įvertinti pelną ir pelningumą, svarbu žinoti kokie yra šių analizių tikslai, kuo jos skiriasi ir kuo yra panašios ir netgi papildančios viena kitą. Plačiau pelno ir pelningumo tikslai yra pateikti 1.5 lentelėje.

1.5 lentelė

Pelno ir pelningumo analizės tikslai

Pagrindiniai pelno analizės tikslai	Pagrindiniai pelningumo analizės tikslai
Pelno absoliučių pokyčių nustatymas	Pelningumo santykinų rodiklių nustatymas ir įvertinimas
Pelno dinamikos tendencijų nustatymas	
Pelno struktūros įvairiais pjūviais nustatymas	
Veiksnių, darančių įtaką pelnui ir pelningumui, nustatymas ir jų poveikio įvertinimas	
Rezervų išaiškinimas ir galimybių didinti pelną ir pelningumą įvertinimas	
Pelno naudojimo kryptų nustatymas	

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Bagdziūnienė, V. (2006).

Nors pasak V. Bagdžiūnienės (2006) visi šie tikslai yra būtini, tačiau norėčiau pabrėžti, kad itin svarbu nustatyti pelną ir pelningumą lemiančius veiksnius ir apibrėžti jų poveikio mastą. Kadangi tai leistų įmonei nustatyti veiksnius svarbiausius jos veiklos rezultatui ir suteiktų galimybę nustatyti neigiamų veiksnių pašalinimo galimybes.

Analizuoti pelną galima įvairiomis kryptimis. Daugelio autorių nuomone pagrindinės analizės kryptys yra trys: vertikalioji analizė, horizontalioji analizė ir pelno segmentinė analizė. Tačiau pelno analizės metodų yra ir daugiau, kurie taip pat yra labai svarbūs ir suteikia platesnę bei įvairesnę informaciją apie pelną.

1.6 lentelė

Pelno analizės metodai

Analizės kryptys	Autoriai nagrinėję pelną pagal analizės kryptis
Pelno analizės vertikalioji ir horizontalioji analizė	Bagdžiūnienė, V. (2006). Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998).
Bendrojo pelno veiksnių analizė	Šlekienė, D., Klimavičienė, I. (2000). Mackevičius, J. (2007). Bagdžiūnienė, V. (2006). Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998). Gronskas, V. (2006). Rutkauskas, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, V. (2009)
Pelno segmentinė analizė	Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998). Bagdžiūnienė, V. (2006). Juozaitienė, L. (2007).
Prognozuojamo pelno analizė	Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998).
Pridėtosios vertės analizė	Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998).

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis lentelėje pateiktais autoriais.

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 išeities 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).

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.

Pridėtosios vertės esmė yra ta, kad įmonė prideda tam tikrą vertę prie medžiagų, paslaugų ar kitų įmonės išteklių, kurios ji įsigyja. Pridėtosios vertės koncepcija padeda vertinti įmonę specifiškai: į įmonę žiūrima kaip į tarnautojų, akcininkų, vyriausybės ir kitų suinteresuotų grupių, kurie siekia sukurti ir didinti tam tikrą turtą, partnerystę. Taigi, kiekvienas pridėtosios vertės kūrimo dalyvis yra suinteresuotas gauti tam tikrą jo dalį: darbuotojai – atlyginimo, valstybė – mokesčių, įmonė – pelno ir pan. (Mackevičius, J., Poškaitė, D. 1998).

Taigi, pelnui analizuoti yra taikomi įvairūs metodai, jų tinkamumą skirtingi autoriai taip pat apibrėžia įvairiai. Savo bakalauro baigiamajame darbe, tiriamojoje dalyje, pelnui analizuoti pasirinkta pelno horizontalioji ir vertikalioji analizė, bendrojo pelno veiksmų, ir pelno segmentinė analizė, nes pagal šias analizes pelną analizavo dauguma nagrinėtų autorių ir jos buvo įvardintos, kaip išsamiausios.

1.5. Pelną lemiančių veiksmų grupavimas

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 (Buškevičiūtė, E., Kanapickienė, R., Patašius, M. 2010). Pelną lemiančių veiksmų žinojimas taip pat padeda išsiaiškinti galimus tolimesnius pelno rodiklio pokyčius. Prieš pradėdant nagrinėti pelno veiksmus, 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 veiksmus. Kadangi 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 (Mackevičius, J., Poškaitė, D. 1998).

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 analizuojant įmonės pelną pirmiausia reikia tirti produkcijos paklausą (Gronskas, V. 2006). 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 jie turi didelę reikšmę įmonės konkurencingumui ir turi įtakos išlaidoms.

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

Pelną, gautą iš realizacijos, lemia tokie vidiniai veiksniai: mokslo ir technikos pažanga, ūkiška įmonės veikla, vadovų kompetencija, produkcijos konkurencingumas, gamybos valdymo ir organizavimo lygis (Andrijauskienė, A. 2004). Išanalizavus daugelio autorių pateiktus pelną lemiančius veiksnius, išskirti keturi pagrindiniai bendrojo pelno dydžiui įtakos turintys elementai, kurie pateikti 1.7 lentelėje.

1.7 lentelė

Veiksniai, turintys įtakos bendrojo pelno dydžiui ir jų tarpusavio ryšys

Pardavimo apimtis natūrine išraiška	Pardavimų kainos	Parduotų prekių savikaina	Produkcijos struktūra bei asortimentas
Tarp bendrojo pelno ir natūrinės pardavimų apimtys 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). Gronskas, V. (2006). Bagdžiūnienė, V. (2006). Mackevičius, J. (2007).

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 (Andrijauskienė, A. 2004).

Apibendrinant galima teigti, kad norint analizuoti pelno apimtis, svarbiausia yra išskirti veiksnius, 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.

1.6. Darbe naudojami statistiniai metodai

Statistikoje yra daugybė įvairių metodų. Pagrindiniai bakalauro baigiamajame darbe naudoti analizės metodai yra šie:

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.

Grandininis keitimų metodas – šis metodas suteikia galimybę apskaičiuoti veiksmų įtaką konkrečiam rodikliui. Kiekvienas bazinis rodiklis keičiamas faktiniu, kitus rodiklius paliekant nepakitusius. Tiriant paskutinio veiksmo įtaką visi rodikliai imami faktiniai. Rezultatas gautas po kiekvieno keitimo lyginamas su rezultatu gautu iki keitimo.

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.

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 (Crouhy, M., Galai, D., Mark, R. 2001).

Apibendrinant visą pateiktą teorinę medžiagą galime teigti, kad pelnas yra susijęs su visais įmonės rodikliais, ir dėl šios priežasties yra labai reikšmingas. Įmonės, kurios analizuoja pelno susidarymą, priemonės 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. Nors įvairūs autoriai pateikia nemažai pelno analizės metodų, tačiau praktinėje dalyje daugiausia dėmesio skiriama pelno segmentinei analizei, nes pagal ją geriau atsiskleidžia įmonės veikla ir būklė.

2. PELNO, PELNINGUMO ANALIZĖ IR JŲ DIDINIMO GALIMYBĖS

Bakalauro baigiamojo darbo praktinėje dalyje analizuojama pelno (nuostolių) ataskaitos dinamika ir struktūra, bendrojo pelno analizė, bendrojo pelno segmentinė analizė, pelningumo ir efektyvumo rodikliai, pelno analizė pagal ryšių glaudumą, numatomos galimos pelno ir pelningumo didinimo galimybės.

2.1. UAB „Lietuvos duona“ veiklos charakteristika

„Lietuvos duona“ – viena seniausių lietuviško kapitalo duonos kepyklų. Įmonė įkurta 1953 metais Šiaurės regione, kuriame dėl aplinkėse esančių karstinių įgriuvų propaguojama ekologinė žemdirbystė. Ši įmonė taip pat yra Lietuvos maisto eksportuotojų asociacijos narė. 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,
- 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;
- noras tobulėti.

Svarbiausias šios įmonės **tikslas** – pateikti aukščiausios kokybės gardų gaminių 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.

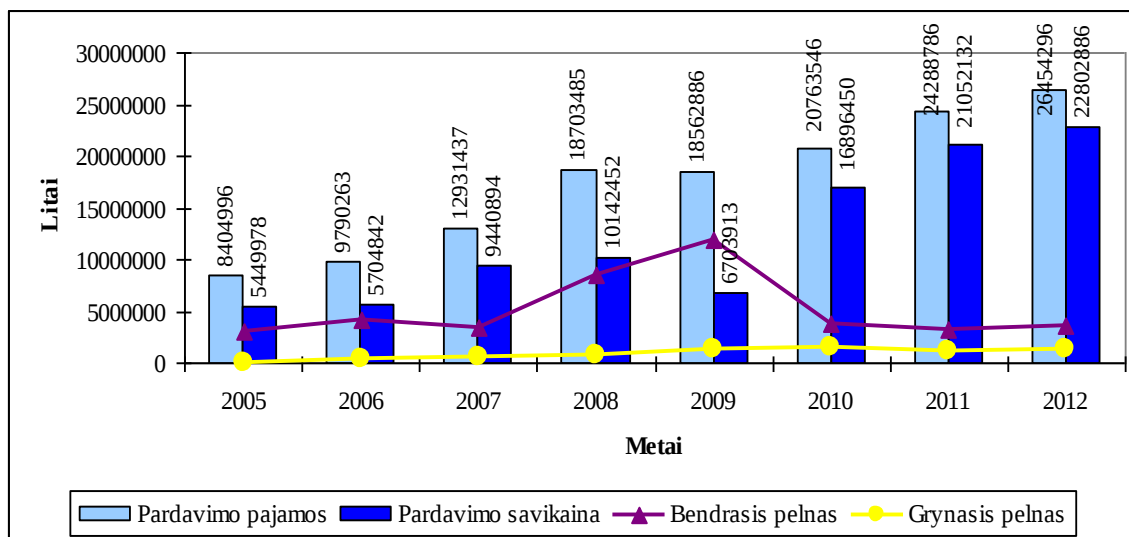
Šios įmonės „Grissini“ duonos lazdelės su rozmariniais buvo apdovanotos aukso medaliu konkurse „Lietuvos metų gaminy 2012“.

Taigi, UAB „Lietuvos duona“ – vertinantiems natūralumą, sveiką gyvenimo būdą ir įkvėpiančias idėjas.

2.2. UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaitos dinamikos ir struktūros analizė

Siekiant įvertinti įmonės UAB „Lietuvos duona“ rodiklių dinamiką buvo atlikta pelno (nuostolių) ataskaitos horizontali ir vertikali analizė, kuri pateikiama 2 ir 3 prieduose. Analizė apima 2005 – 2012 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 2.1 paveiksle.



2.1 pav. **Pardavimo pajamų, savikainos, bendrojo pelno ir grynojo pelno rodiklių dinamika 2005 – 2012 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. 2005 – 2012 m. laikotarpiu pajamos padidėjo net 214,74%, iš to galime daryti išvadą, kad įmonės pardavimų procesas buvo sėkmingas. Pardavimų pajamų didėjimas susijęs su įmonės nuosekliu judėjimu teigiama linkme. 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 investavo 2 Mln. Lt į modernią kepimo įrangą, kuri turėtų padėti 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. 4 priede yra pateiktas pardavimų pajamų detalizavimas, kuris leidžia išsamiau analizuoti pardavimų pajamų sudėtį ir kitimo priežastis. Didžiausią pardavimų pajamų dalį sudaro mažmeninės prekybos pajamos ir gaminių pardavimų pajamos. Kaip jau buvo minėta, kad didžiausias pardavimų pajamų pokytis yra 2008 metus palyginus su 2007 metais. Tam įtakos turėjo padidėjusios mažmeninės prekybos pajamos 17,41% ir padidėjusios gaminių pardavimų pajamos net 47,95%. Mažmeninės prekybos pajamos didėjo dėl atidarytų naujų parduotuvių.

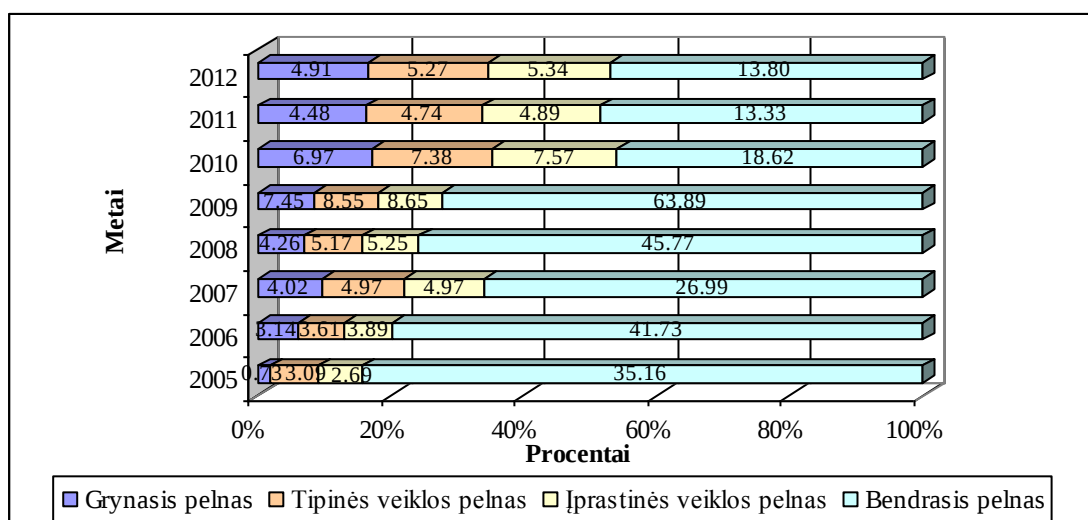
2005 – 2012 m. laikotarpiu pardavimo savikaina taip pat didėjo, išskyrus 2009 metus. Didžiausią neigiamą įtaką įmonei pardavimų savikaina darė 2010 metais, kuomet ji išaugo net

152,04%. Tokį didėjimą galėjo įtakoti vis didėjančios žaliavų ir kuro kainos. 2010 metais brango pagrindinės žaliavos: miltų kaina net 51,43% (nuo 0,70 Lt/kg iki 1,06 Lt/kg), aliejaus kaina 8,16% (nuo 2,45 Lt/kg iki 2,65 Lt/kg), cukraus kaina 3,39% (nuo 1,77 Lt/kg iki 1,83 Lt/kg). 2009 metais pardavimų savikainos mažėjimas 33,90% turėjo teigiamą įtaką bendrojo pelno padidėjimui 38,52%. Savikainos mažėjimą taip pat ženkliai įtakėjo 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. 2005 – 2012 m. laikotarpiu bendrasis pelnas padidėjo 23,57%. 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 įrengimus.

Analizuojant grynąjį pelną matoma, kad jis per visą analizuojamą laikotarpį didėjo, tik 2011 metais sumažėjo 24,73%. Tačiau 2005 – 2012 m. laikotarpiu grynas pelnas padidėjo net 2024,33%. 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.

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



2.2 pav. UAB „Lietuvos duona“ pelno rodiklių dalis pardavimuose 2005 – 2012 m.

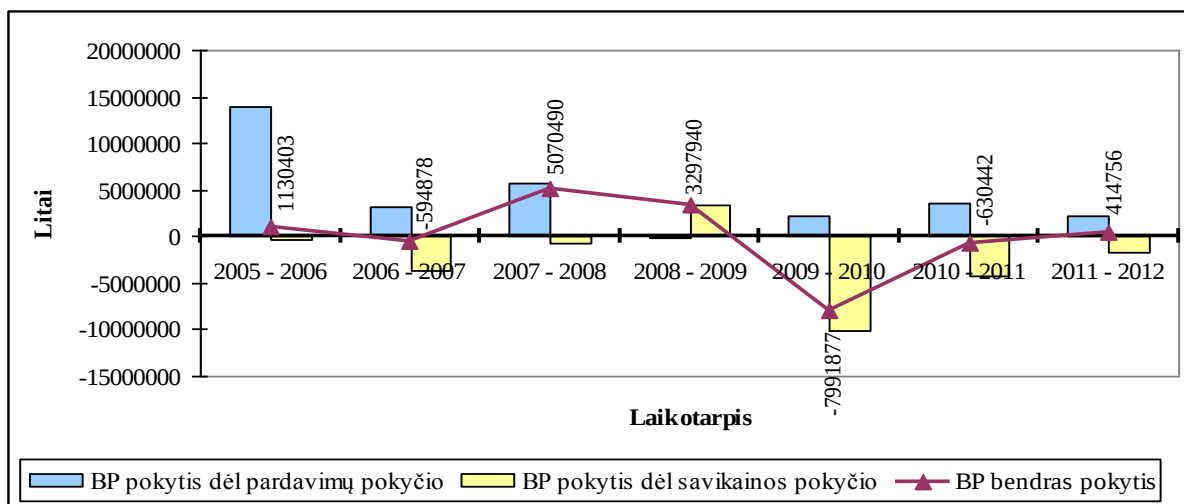
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaita.

Atlikus vertikalią pelno analizę, matome, kad bendrojo pelno lyginamasis svoris pardavimuose visu analizuojamu laikotarpiu buvo didžiausias. Didžiausia reikšmė buvo 2009 metais kuomet bendrojo pelno lyginamasis svoris pardavimuose sudarė net 63,89%. Taip yra dėl to, kad šiais metais bendrasis pelnas buvo didžiausias. Mažiausia bendrojo pelno dalis buvo 2011 metais, dėl 16,30% sumažėjusio bendrojo pelno. Įprastinės veiklos pelno dalis pardavimuose iki 2009 metų vis didėjo, tik 2010 ir 2011 metais matomas mažėjimas, o 2012 metais vėl pastebimas 0,45% didėjimas. Tipinės veiklos pelno lyginamasis svoris pardavimuose visu analizuojamu laikotarpiu didėjo, ir taip pat tik 2010 ir 2011 metais mažėjo dėl ženkliai mažėjusių veiklos sąnaudų ir bendrojo pelno, tačiau bendrasis pelnas mažėjo didesniu tempu nei veiklos sąnaudos. Grynojo pelno dalis pardavimuose buvo mažiausia ir kaip ir kitų dviejų rodiklių visą analizuojamą laikotarpį didėjo, tik 2010 ir 2011 metais mažėjo.

Apibendrinant galima teigti, kad UAB „Lietuvos duona“ veiklos rezultatai rodė gerą įmonės būklę ir iki 2009 metų vis gerėjo. 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. Tačiau nuo 2012 metų pastebimas visų analizuojamų rodiklių didėjimas, kuris leidžia daryti išvadą, kad įmonė tinkamai valdo išlaidas ir vis skatina didesnes pardavimų apimtis kurdama naujus produktus ir didindama pardavimo vietų skaičių.

2.3. UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno analizė

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. 2.3 paveiksle pateikti bendrojo pelno pokyčiai dėl kiekvieno iš šių nagrinėjamų veiksnių, kiekvienu analizuojamu laikotarpiu. Skaičiavimai pateikti 5 priede.



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

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

Atlikus analizę, taikant grandininį keitimų metodą, nustatyta, kad 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 7991877 Lt, arba net 67,39%. Iš paveikslo matyti, kad tai lėmė labai padidėjusi pardavimų savikaina, kuri bendrąjį pelną mažino net 10192537 Lt. 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 4155682 Lt, o pardavimo pajamos didino - 3525240 Lt. 2011 – 2012 metų laikotarpiu bendrasis pelnas padidėjo 12,81%, dėl spartesnio pardavimo pajamų nei pardavimo savikainos pokyčių. Pardavimo pajamų didėjimas 8,92% darė teigiamą įtaką bendrojo pelno pokyčiams.

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 kitame poskyryje atlikta bendrojo pelno segmentinė analizė ir pagal bendrąjį pelną lemiančius veiksnius.

Įmonei taip pat labai svarbu žinoti, kokia turi būti jos gamybos ir pardavimo apimtis, kad nepatirtų nuostolių ir galėtų padengti kintamas ir pastovias išlaidas, todėl 2.1 lentelėje yra apskaičiuotas nenuostolingas pardavimo mastas. Šis rodiklis padeda įmonei orientuotis ar esant tam tikrai pardavimo pajamų sumai įmonė patirs nuostolį ar gaus norimą pelno sumą.

2.1 lentelė

Nenuostolingas pardavimo mastas 2005 – 2012 m.

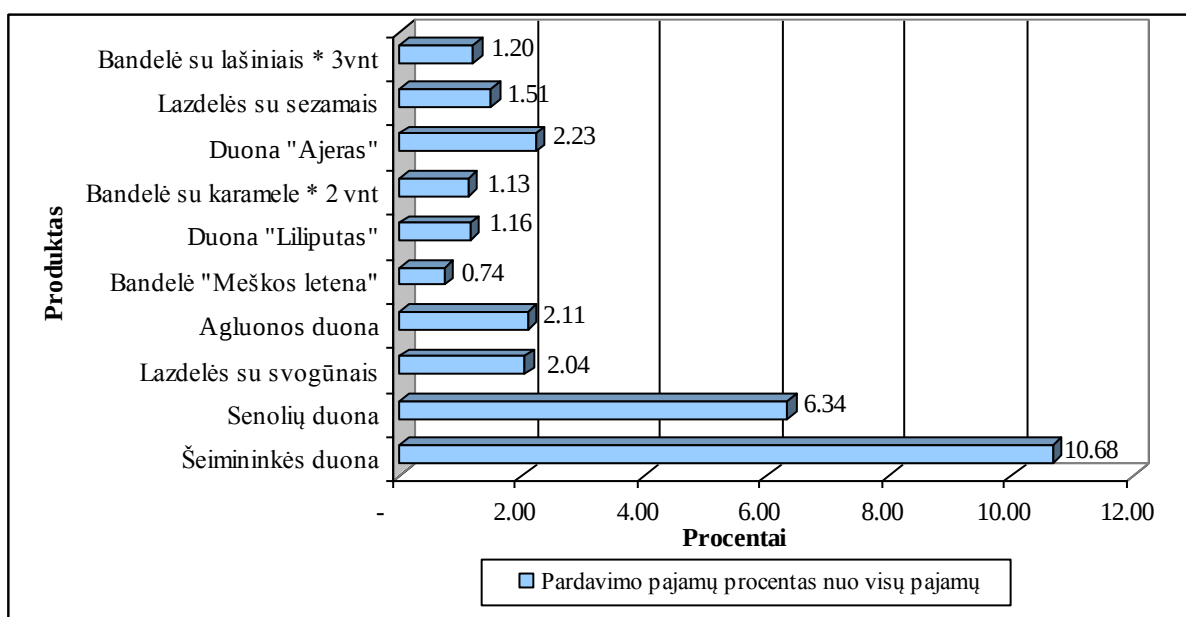
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
K_{pp}	0.35	0.42	0.27	0.46	0.64	0.19	0.13	0.14
NPM	7665414.90	8943397.86	10548395.72	16589121.08	16078787.71	12538749.58	15642322.06	16355171.2

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

Iš 2.1 lentelės matyti, kad iš kiekvieno pardavimo pajamų lito daugiausia buvo uždirbama 2009 m. t.y. 0,64 Lt bendrojo pelno. Mažiausia šio rodiklio reikšmė yra 2011 metais, kuomet pardavimo pajamų litas uždirbo tik 0,13 Lt bendrojo pelno. Nenuostolingas pardavimo mastas didžiausias 2008 metais, kuomet įmonei reikėjo gauti net 16589121,08 Lt pardavimo pajamų, kad dar galėtų padengti pardavimo savikainos ir veiklos išlaidas. Per visą analizuojamą laikotarpį pastebima tokia tendencija, kad iki 2008 metų NPM vis didėjo, t.y. įmonei reikėjo uždirbti vis didesnes pardavimo pajamų sumas, dėl didėjančių išlaidų. Nuo 2008 metų iki 2010 metų NPM mažėjo, o 2011 ir 2012 metais vėl pradėjo didėti. Ši kaita atspindi įmonės išlaidų svyravimus ir pardavimo pajamų apimtį.

2.4. UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno segmentinė 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. Pagrindiniai produktai ir su jais susiję skaičiavimai pateikti 6 priede.



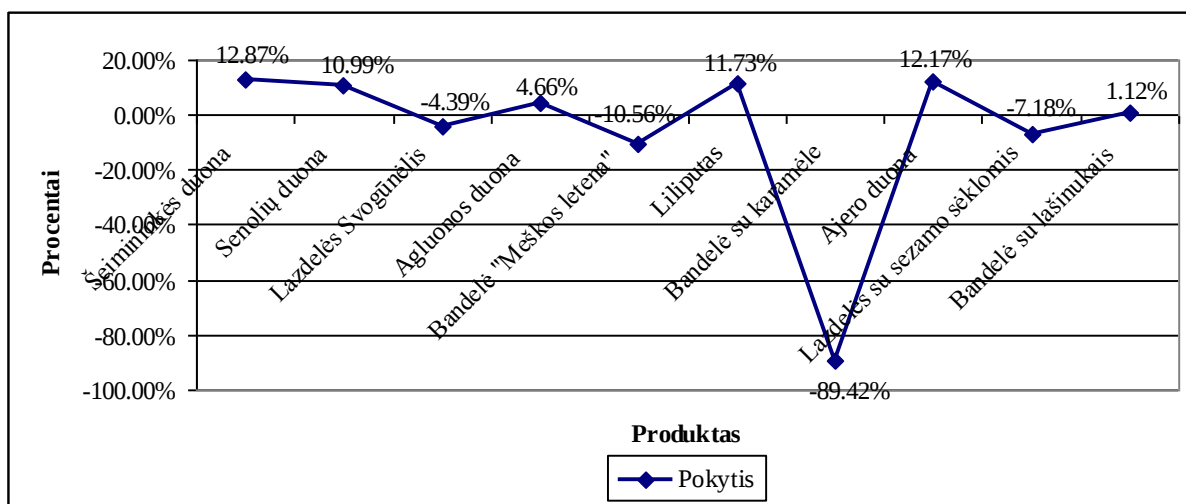
2.4 pav. UAB „Lietuvos duona“ pajamų dalis bendrose pajamose pagal dešimt didžiausių apyvartą sudarančių produktų

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 Šeimininkės duona. Šios duonos pardavimai sudaro net 19,41%, o pajamų dalis 10,68%. Taip pat labai perkamas produktas pagal pardavimo kiekius yra Senolių duona, kurios pardavimai sudaro 11,61%, o pajamų dalis bendrose pajamose – 6,34%. Visi šie 10 produktų sudaro 29,14% visų pardavimo pajamų ir net 61,16% 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. 2011 metais birželio mėnesį buvo pakeltos visų gaminių kainos vidutiniškai 6%. Produktų pardavimo apimtys gegužės ir liepos mėnesiais, prieš ir po kainų pakėlimo, pateiktos 7 priede.



2.5 pav. Didžiausių apyvartą sudarančių produktų paklausos svyravimai pakitus kainoms 2011 m. gegužės - liepos mėnesiais

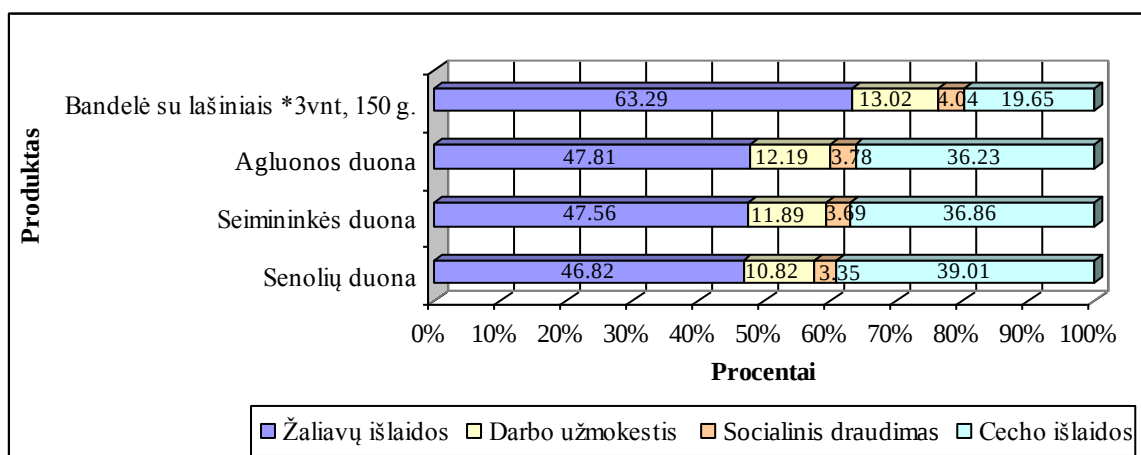
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ skirtingų produktų pardavimų kiekiais.

Iš 2.5 pav. 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, Šeimininkės, 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 pardavimus. 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 „Svogūnėlis“, bandelių „Meškos letena“ ir lazdelių su sezamo sėklomis.

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. Taip pat atsižvelgiant į tai, kad duonos lazdelės „Svogūnėlis“ yra trečioje vietoje pagal pardavimo apimtį, o jų pardavimo kiekis taip pat reaguoja į kainų kėlimą, todėl reiktų vengti didesnio šių gaminių kainų didinimo.

Kadangi Šeimininkės, Agluonos ir Senolių duonos bei bandelių su lašinukais savikaina sudaro didelę dalį kainos, t.y. 80%, 73%, 59%, 71% (9 priedas), tikslinga išsamiau analizuoti šių gaminių savikainos struktūrą, taip numatant galimus būdus ją mažinti.



2.6 pav. Savikainos struktūra pagal produkto rūšį

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ produktų kalkuliacijos paskaičiavimais

Iš paveikslo matyti, kad visų keturių analizuojamų produktų didžiausią dalį savikainos sudaro išlaidos žaliavoms įsigyti. Bandelių su lašiniais žaliavų išlaidos sudaro net 63,29% visos jų savikainos. 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. 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.

Kaip jau buvo minėta ankstesniame skyriuje, kad nėra galimybės analizuoti bendrąjį pelną įtakojančius veiksnius plačiau, todėl bendrąjį pelną įtakojantys veiksniai apskaičiuoti atskirai pagal produktų rūšis. Analizuojami tik Šeiminkės ir Senolių duona, nes jų pardavimai ir gaunamų pajamų dalis yra didžiausia, todėl šie produktai pelningiausi ir reikšmingiausi įmonei.

2.2 lentelė

Duomenys Šeiminkės ir Senolių duonos bendrojo pelno analizei

Pelno dedamosios	Bazinis laikotarpis (2010)	Ataskaitinis laikotarpis (2011)	Bazė, perskaičiuota pagal faktinę realizaciją
Pardavimų pajamos, Lt	3533757.34	4133384.34	3905533.14
Produkcijos savikaina, Lt	2588787.38	3005464.98	2863057.98
Bendrasis pelnas, Lt	944969.96	1127919.36	1042475.16

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

Analizei pasirinktas 2010 – 2011 metų laikotarpis, nes per šį laikotarpį buvo keistos produktų kainos ir dėl šios priežasties galime nustatyti kainų poveikį dviejų analizuojamų duonų bendrajam pelnui. Rodiklių formulės ir skaičiavimai pateikti 8 priede.

2.3 lentelė

Analizuojamų veiksnių įtaka Šeiminkės ir Senolių duonos bendrajam pelnui

Veiksniai	Veiksnių įtakos reikšmės pasikeitimas
Pardavimų pasikeitimas	$K = 3905533.14 / 3533757.34 = 1.105$ $\Delta P1 = (944969.96 * 1.105) - 944969.96 = 99221.85$
Paslaugų struktūros bei asortimento pasikeitimas	$\Delta P2 = 1042475.16 - (944969.96 * 1.105) = -1716.65$
Savikainos pasikeitimas	$\Delta P3 = 3005464.98 - 2863057.98 = 142407$
Kainų pasikeitimas	$\Delta P4 = 4133384.34 - 3905533.14 = 227851.2$
Bendras pelno pasikeitimas	$\Delta P = 99221.85 - 1716.65 - 142407 + 227851.2 = 182949.4$

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ PNA ir Gronska, V. (2006).

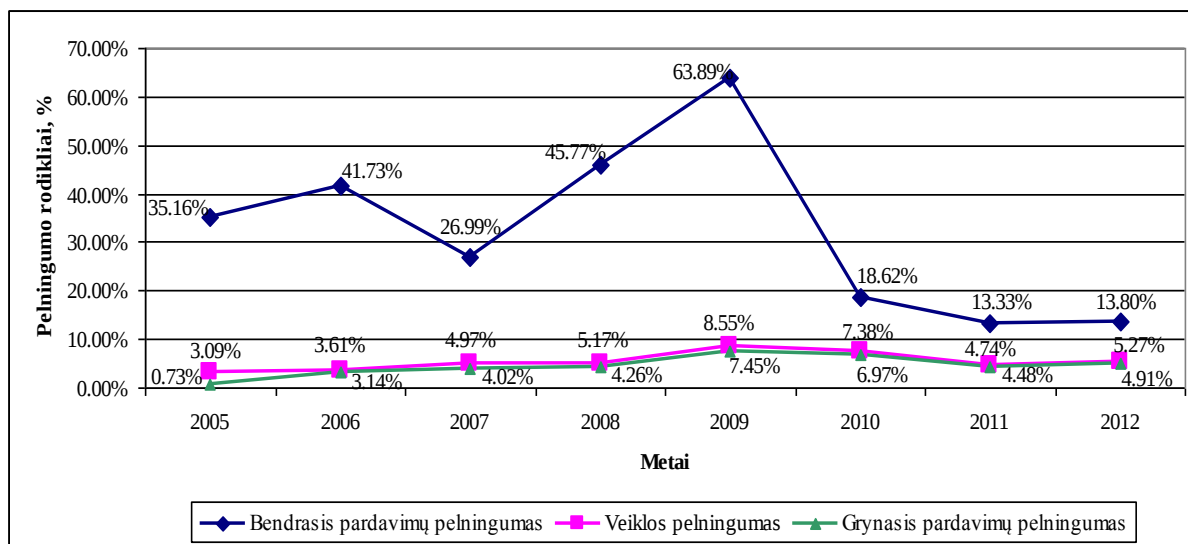
Atlikus skaičiavimus matyti, kad dviejų pagrindinių duonų bendrojo pelno didėjimą daugiausia lėmė parduodamų prekių kainų didėjimas. Veiksniai mažinę analizuojamą bendrąjį pelną buvo savikainos padidėjimas bei paslaugų struktūros ir asortimento pasikeitimas. Kadangi šie du veiksniai negalėjo atsverti kitų dviejų veiksnių (pardavimų apimtys ir kainų)

teigiamo poveikio, todėl Šeiminkės ir Senolių duonos bendrasis pelnas padidėjo 182949,4 Lt.

Apibendrinant galima teigti, jog UAB „Lietuvos duona“ pelningiausi gaminiai yra Šeiminkės ir Senolių duona. Jų bendrajam pelnui didžiausią teigiamą įtaką turėjo kainų veiksnys, o neigiamą – savikainos pokyčiai. 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.

2.5. UAB „Lietuvos duona“ pelningumo rodiklių analizė

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.



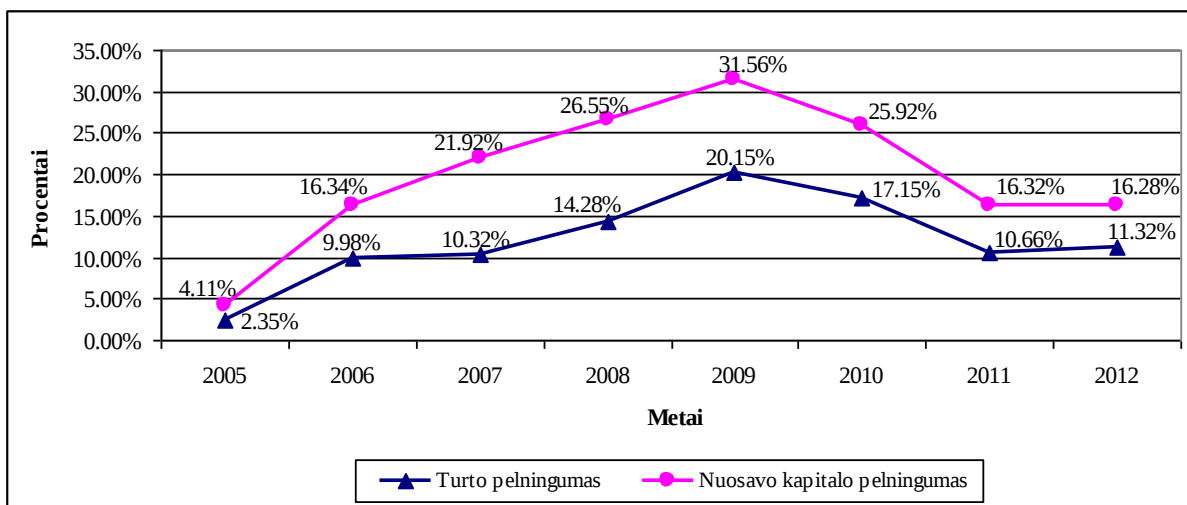
2.7 pav. UAB „Lietuvos duona“ pardavimų pelningumo rodiklių dinamika 2005 – 2012 m.

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

Iš 2.7 paveikslo matyti, kad visi analizuojami pelningumai didžiausi 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, todėl tai neturėtų labai bloginti įmonės būklės. Veiklos pelningumas visu laikotarpiu didėjo, tik nuo 2010 metų pradėjo mažėti ir 2012 m. jau pastebimas 0,53% didėjimas. Tarp grynojo pardavimų pelningumo ir kitų dviejų analizuotų pelningumų yra gana didelis atotrūkis, tik 2011 ir 2012 metais jis yra mažesnis. To priežastis, tokia, kad bendrasis pelnas yra didžiausias, lyginant su veiklos ir grynuoju 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.

2.8 paveiksle pateikti turto ir nuosavo kapitalo pelningumai. Turto pelningumas yra rodiklis suteikiantis informaciją apie tai, kokia viso turto dalis susigrąžinama pelno pavidalu.



2.8 pav. UAB „Lietuvos duona“ turto ir nuosavo kapitalo pelningumai 2005 – 2012 m.

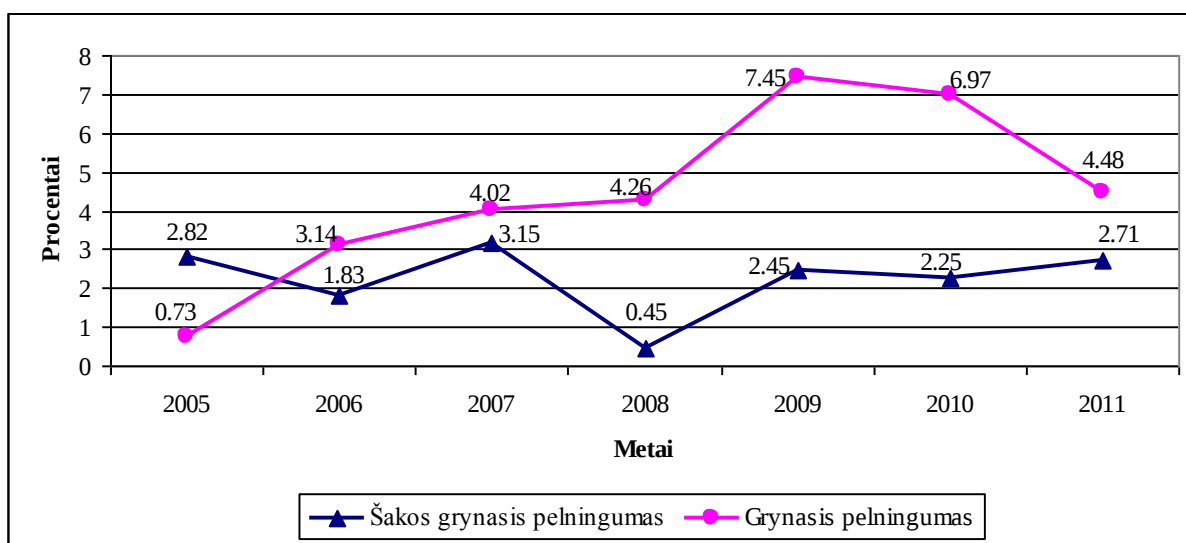
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ finansinėmis ataskaitomis.

UAB „Lietuvos duona“ turto pelningumas analizuojamu laikotarpiu vis didėjo, tik nuo 2009 metų ženkliai mažėjo. 2009 metais didžiausią turto pelningumo reikšmę (20,15%) lėmė 73,67% padidėjęs grynasis pelnas ir 23,12% įmonės turtas. Taip pat reiktų paminėti, kad įmonės turtas didėjo visu analizuojamu laikotarpiu. Mažiausias turto pelningumas buvo 2005

metais, kuomet jis siekė tik 2,35%, dėl mažos grynojo pelno apimties. 2012 metais šis rodiklis vėl pradeda gerėti, rodydamas tai, jog įmonė vėl pradeda gauti daugiau pelno iš turimo turto. Pagal įvairių autorių pateiktas orientacines rodiklio reikšmes galime teigti, kad tik 2005 metais rodiklis buvo nepatenkinamo lygio, o 2009 metais netgi labai geras.

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.

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“ grynas pelningumas palygintas su šakos (maisto pramonės) grynuoju pelningumu. Lyginimui pasirinktas grynas 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.



2.9 pav. UAB „Lietuvos duona“ grynojo pelningumo palyginimas su šakos grynuoju pelningumu 2005 – 2011 m.

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

Nors visu analizuojamu laikotarpiu grynas pelningumas buvo nepatenkinamo lygio, išskyrus 2009 ir 2010 metus, lyginant su šakos grynuoju pelningumu matome, kad UAB

„Lietuvos duona“ grynas pelningumas yra didesnis. Įmonės padėtis buvo prastesnė tik 2005 metais, kuomet grynas 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 šaka, kuria užsiima įmonė.

Kadangi grynas pardavimų pelningumas labiausiai sumažėjo per 2011 metus, kuomet mažėjimas buvo 2,48%. Todėl tikslinga plačiau analizuoti veiksnius galėjusius lemti tokį neigiamą šio rodiklio pokytį.

Pasak V. Gronską (2006) skaičiuojant grynąjį pardavimų pelningumą tikslingiau ir logiškiau grynąjį pelną dalinti iš pardavimo savikainos, o ne pardavimo pajamų. Tokią metodiką, jis grindžia tuo, kad didėjant pardavimų pajamoms grynas pardavimų pelningumas mažėtų, nors remiantis logika, jis turėtų didėti, ypač jei yra parduodama daugiau pelningos produkcijos. Todėl veiksniai lėmę grynojo pelno mažėjimą, taikant grandinių keitimų metodą bus analizuojami pagal šią metodiką.

2.4 lentelė

**UAB „Lietuvos duona“ grynojo pardavimų pelningumo mažėjimą lėmę veiksniai
2010 – 2011 m.**

Keitimų Nr.	Įmonės grynas pelnas	Parduotų prekių savikaina	Grynas pardavimų pelningumas	Veiksnių pasikeitimo įtaka
–	1446412	16896450	8.56%	–
1	1088674	16896450	6.44%	-2.12%
2	1088674	21052132	5.17%	-1.27%
			<i>Bendras dviejų veiksnių pokytis</i>	-3.39%

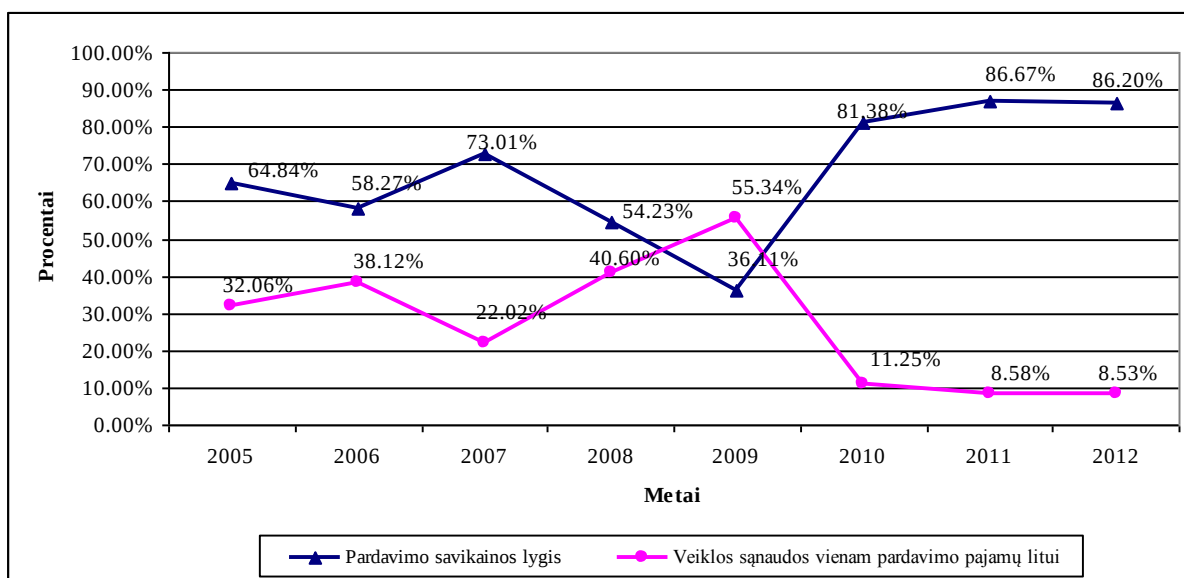
Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ PNA ir Gronskas, V. (2006).

Iš lentelės matyti, kad grynojo pelno sumažėjimas 24,73% lėmė grynojo pardavimų pelningumo sumažėjimą 2,12%. Taip pat dėl parduotų prekių savikainos padidėjimo 24,60%, grynas pelningumas sumažėjo 1,27%. Iš to galime daryti išvadą, kad didžiausią įtaką grynojo pardavimų pelningumo sumažėjimui turėjo grynojo pelno spartesnis mažėjimas, nei pardavimo savikainos. Atliekant šią veiksnių analizę pagal V. Gronsko pateiktą metodiką, galima teigti, kad 2010 – 2011 metų laikotarpiu grynas pardavimų pelningumas mažėjo 3,39%, (t.y. 3,39% - 2,48% = 0,91% mažėjimas būtų spartesnis).

Apibendrinant UAB „Lietuvos duona“ apskaičiuotus pelningumo rodiklius, galima teigti, kad įmonės būklė 2005 – 2009 metų laikotarpiu vis gerėjo, 2010 metais pastebimas visų pelningumo rodiklių mažėjimas, tačiau nuo 2012 metų įmonės pelningumo rodikliai vėl gerėja ir tai rodo, kad įmonė dirba pelningai ir efektyviai.

2.6. UAB „Lietuvos duona“ efektyvumo rodiklių analizė

Analizuojant įmonės veiklos efektyvumą pasirinkti skaičiuoti išlaidų lygio ir du darbo našumo rodikliai, nes patiriamų išlaidų sumos ir darbuotojų skaičiaus kaita turi įtakos gaunamo pelno dydžiui.



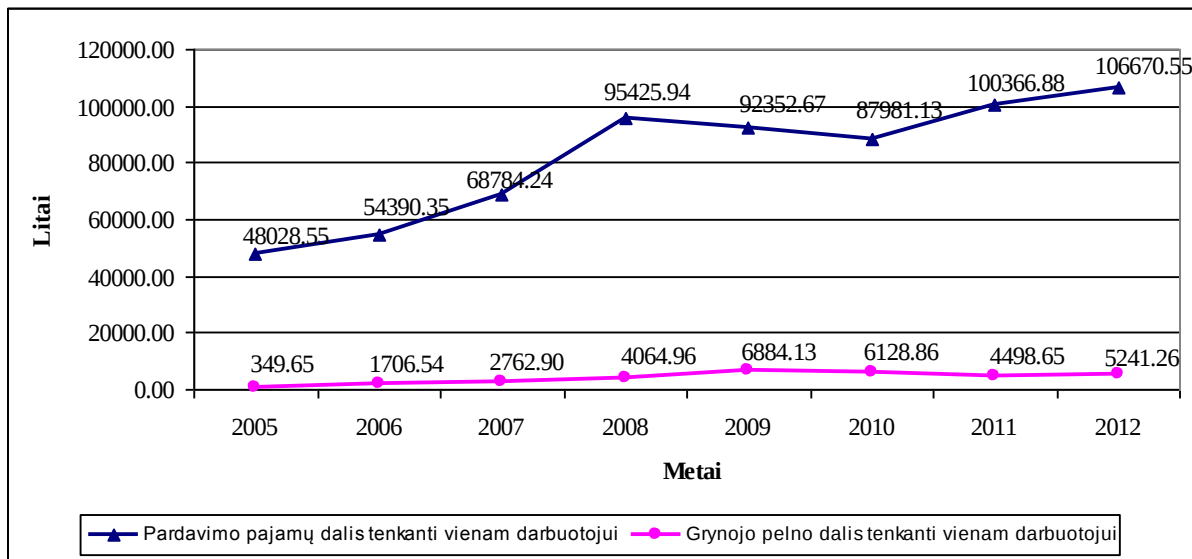
2.10 pav. UAB „Lietuvos duona“ išlaidų lygio rodikliai 2005 – 2012 m.

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

Iš 2.10 paveikslo matyti, kad pardavimo savikainos lygis nagrinėjamu laikotarpiu kito labai netolygiai. 2009 metais pastebimas labai ženklaus savikainos lygio sumažėjimas. Šiuo laikotarpiu pardavimo pajamų litui teko tik 0,36 Lt pardavimo savikainos. Toks pokytis pagerino įmonės būklę, nes savikaina labai sumažėjo, palyginus su 2008 metais. Didžiausias savikainos lygis buvo 2011 metais, kuomet vienam pardavimo litui teko net 0,87 Lt pardavimo savikainos. Tai lėmė spartus savikainos didėjimas, kuris viršijo pardavimų didėjimą. Nors 2012 metais šis rodiklis šiek tiek mažėjo, jis vis dar yra labai aukštas.

Veiklos sąnaudos vienam pardavimo pajamų litui taip pat kito labai netolygiai. 2009 metais jos buvo didžiausios ir tuo metu vienam pardavimo pajamų litui teko 0,55 Lt veiklos išlaidų. Nuo 2009 metų šis rodiklis pastebimai gerėjo, o tai reiškia, kad įmonė efektyviau

kontroliavo savo išlaidas ir stengėsi jas mažinti. 2011 ir 2012 metais vienam pardavimo pajamų litui teko tik apie 9 centai išlaidų. 2011 m. tai lėmė 10,74% sumažėjusios veiklos sąnaudos ir 16,98% padidėjusios pardavimų pajamos. Kadangi šis rodiklis yra labai mažas, tai parodo įmonės efektyvią išlaidų politiką. Taip pat iš paveikslo matyti, kad 2009 metais veiklos sąnaudos vienam pardavimo litui viršijo pardavimo savikainos lygį. Taip buvo dėl to, kad šiais metais veiklos sąnaudos padidėjo 35,28%, kai tuo tarpu pardavimų savikaina mažėjo 33,90%.



2.11 pav. UAB „Lietuvos duona“ darbo našumo rodikliai 2005 – 2012 m.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis UAB „Lietuvos duona“ finansinėmis ataskaitomis.

Nuo 2005 iki 2008 metų įmonės pardavimų pajamų dalis tenkanti vienam darbuotojui vis didėjo. Tam turėjo įtakos didesniu tempu didėjančios pardavimų pajamos nei darbuotojų skaičius. 2008 – 2010 metų laikotarpiu pardavimų pajamų dalis tenkanti vienam darbuotojui mažėjo, nes 2009 metais mažėjo pardavimų pajamos, o 2010 m. jų didėjimas buvo mažesnis už darbuotojų skaičius kitimą. 2011 ir 2012 metais pardavimo pajamos vėl kito didesniu tempu nei darbuotojų skaičius, todėl pardavimo pajamų dalis tenkanti vienam darbuotojui kito didėjimo linkme.

UAB „Lietuvos duona“ grynojo pelno dalis tenkanti vienam darbuotojui 2005 – 2009 metų laikotarpiu didėjo, nes šiuo metu grynasis pelnas sparčiai kito teigiama kryptimi. 2010 metais grynojo pelno didėjimas 4,53% buvo mažesnis nei darbuotojų skaičiaus didėjimas 17,41%, dėl to grynojo pelno dalis tenkanti vienam darbuotojui sumažėjo. 2011 metų dar didesnę grynojo pelno tenkančio vienam darbuotojui mažėjimą lėmė grynojo pelno mažėjimas

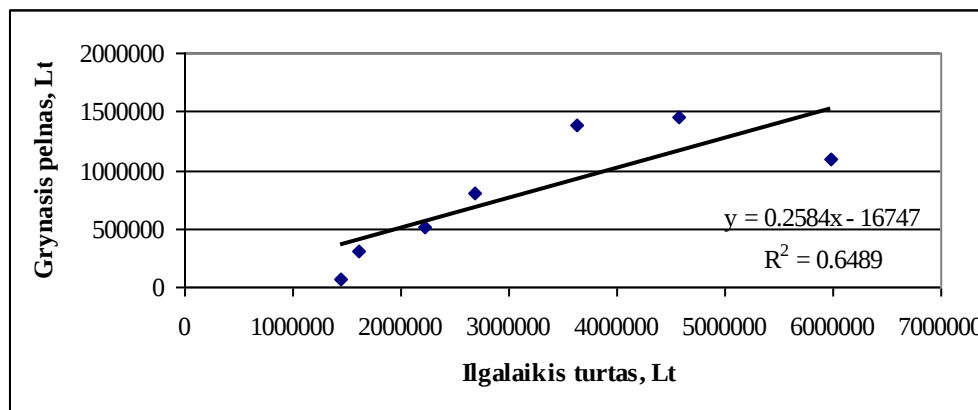
24,73% ir šešių naujų darbuotojų priėmimas į įmonę. 2012 metais pastebimas šio rodiklio didėjimas 16,5%, dėl 19,40% padidėjusio grynojo pelno.

Apibendrinant UAB „Lietuvos duona“ efektyvumo rodiklius, galima teigti, kad įmonės būklė nors ir lėtai, bet gerėja. Nors sąnaudų lygio rodiklio reikšmės yra aukštos, šis rodiklis 2010 metais mažėjo, o tai rodo, kad įmonė pasirinko teisingą išlaidų mažinimo politiką. Apskaičiuotų darbo našumo rodiklių didėjimas rodo, vis efektyvesnę įmonės veiklą.

2.7. UAB „Lietuvos duona“ pelno analizė taikant rodiklių tarpusavio priklausomybę

Atliekant ryšių glaudumo statistinę analizę apskaičiuojami koeficientai, kurie parodo ryšį tarp nagrinėjamų rodiklių. Skaičiavimams naudojami koreliacijos, regresijos ir determinacijos koeficientai.

Kadangi pasak J. Mackevičiaus (2005) ypač glaudus pelno ryšys yra su pardavimo pajamomis, turtu ir kapitalu, todėl būtent šie veiksniai įtraukti į analizę. Priklausomu kintamuoju pasirinktas grynasis pelnas, todėl, kad norėta patikrinti kokią įtaką analizuojami veiksniai turi galutiniam įmonės pelnui. Apskaičiuotų rodiklių reikšmingumo tikrinimui naudojamos reikšmės pateiktos 12 priede.

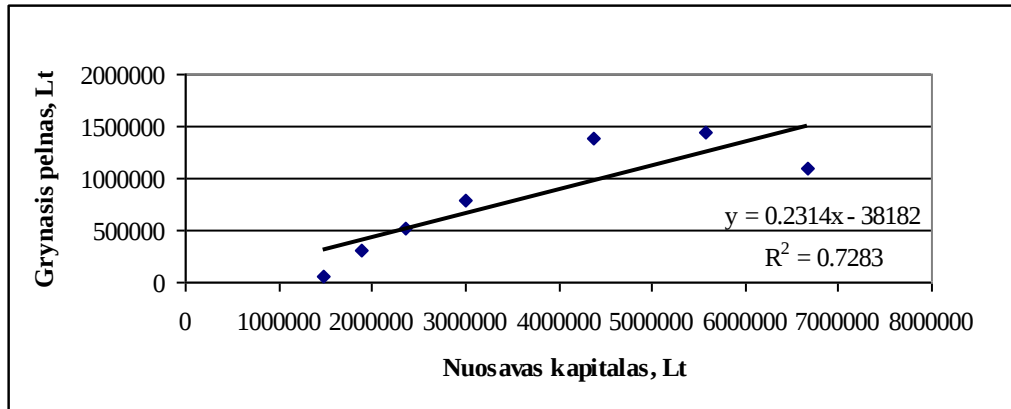


2.12 pav. UAB „Lietuvos duona“ ilgalaikio turto ir grynojo pelno tarpusavio priklausomybė

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis UAB „Lietuvos duona“ veiklos rezultatais

Pagal koreliacijos koeficientą galima teigti, kad tarp ilgalaikio turto ir grynojo pelno egzistuoja tiesioginis ir stiprus ryšys ($r = 0,81$). Koreliacijos koeficientų reikšmingumo pagal Stjudento kriterijų sąlygai galiojant ($3,04 > 2,57$), galima daryti išvadą, kad apskaičiuotas

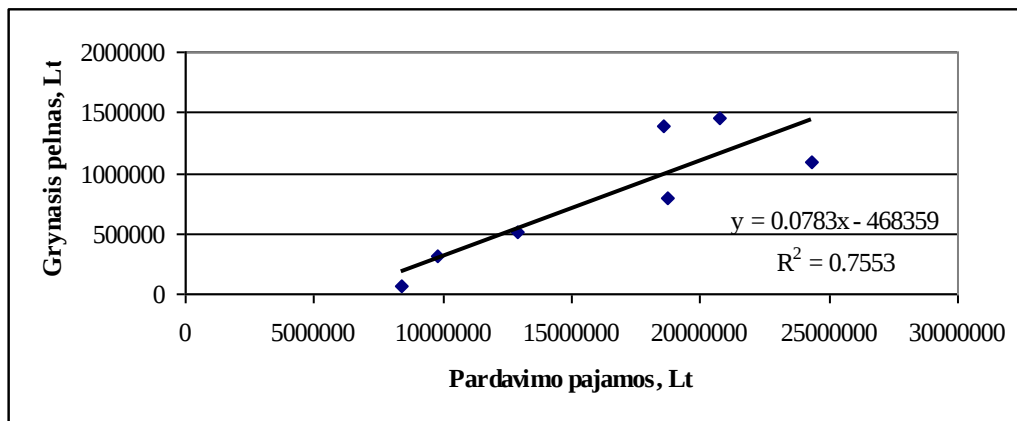
koreliacijos koeficientas yra reikšmingas. Iš gautos regresijos lygties galima teigti, kad ilgalaikiui turtui padidėjus vienu litu, grynasis pelnas padidėtų apie 0,26 Lt. Determinacijos koeficientas rodo, kad grynojo pelno apimčių kitimą 64,89% paaiškina ilgalaikio turto pokyčiai. Kadangi faktiška Fišerio kriterijaus reikšmė yra mažesnė už teorinę ($9,24 > 6,61$), determinacijos koeficientas taip pat yra reikšmingas.



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

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis UAB „Lietuvos duona“ veiklos rezultatais

Pagal koreliacijos koeficientą galima teigti, kad tarp nuosavo kapitalo ir grynojo pelno egzistuoja tiesioginis ir stiprus ryšys ($r = 0,85$). Koreliacijos koeficientų reikšmingumo pagal Stjudento kriterijų sąlygai galiojant ($3,66 > 2,57$), galima daryti išvadą, kad apskaičiuotas koreliacijos koeficientas yra reikšmingas. Iš gautos regresijos lygties galima teigti, kad nuosavam kapitalui padidėjus vienu litu, grynasis pelnas padidėtų 0,23 Lt. Determinacijos koeficientas rodo, kad grynojo pelno apimčių kitimą 72,83% paaiškina nuosavo kapitalo pokyčiai. Kadangi faktiška Fišerio kriterijaus reikšmė yra mažesnė už teorinę ($13,40 > 6,61$), determinacijos koeficientas taip pat yra reikšmingas.



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

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis UAB „Lietuvos duona“ veiklos rezultatais

Pagal koreliacijos koeficientą galima teigti, kad tarp pardavimo pajamų ir grynojo pelno egzistuoja tiesioginis ir stiprus ryšys ($r = 0,87$). Koreliacijos koeficientų reikšmingumo pagal Stjudento kriterijų sąlygai galiojant ($3,93 > 2,57$), galima daryti išvadą, kad apskaičiuotas koreliacijos koeficientas yra reikšmingas. Iš gautos regresijos lygties galima teigti, kad pardavimo pajamoms padidėjus vienu litu, grynasis pelnas padidėtų 0,08Lt. Determinacijos koeficientas rodo, kad grynojo pelno apimčių kitimą 75,53% paaiškina pardavimo pajamų pokyčiai. Kadangi faktiška Fišerio kriterijaus reikšmė yra mažesnė už teorinę ($15,44 > 6,61$), determinacijos koeficientas taip pat yra reikšmingas.

Apibendrinant atliktą ryšių glaudumo statistinę analizę galima teigti, kad įmonė norėdama padidinti grynojo pelno apimtį turėtų atsižvelgti į ilgalaikio turto ir nuosavo kapitalo pokyčius, nes šie du rodikliai turėtų didinti grynąjį pelną. Didėjant ilgalaikiui turtui, pvz. įsigyjant naujų įrengimų, mažėja gamybos išlaidos ir didėja gamybiniai pajėgumai. Taip pat labai glaudus ryšys yra tarp pardavimo pajamų ir grynojo pelno, kadangi pardavimo apimtys didina bendrąjį pelną, o kartu turi įtakos ir galutiniam įmonės pelno rezultatui.

2.8. UAB „Lietuvos duona“ pelno ir pelningumo didinimo galimybės ir jų ekonominis pagrindimas

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.

Bendrojo pelno prognozė 2013 m.

	Realistiškas variantas	Optimistinis variantas	Pesimistinis variantas
1 veiksnys - pardavimo pajamos	13.00%	15.00%	7.00%
2 veiksnys - pardavimo savikaina	14.00%	9.00%	15.00%
Bendrasis pelnas pakitus 1 veiksniai Lt	7090468.48	7619554.4	5503210.72
<i>Bendrasis pelnas pakitus 1 veiksniai %</i>	94.18%	108.67%	50.71%
Bendrasis pelnas pakitus 2 veiksniai Lt	459005.96	1599150.26	230977.1
<i>Bendrasis pelnas pakitus 2 veiksniai %</i>	-87.43%	-56.20%	-93.67%
Bendrasis pelnas pakitus abiem veiksniams Lt	3898064.44	5567294.66	2082777.82
<i>Bendrasis pelnas pakitus abiem veiksniams %</i>	6.76%	52.47%	-42.96%

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

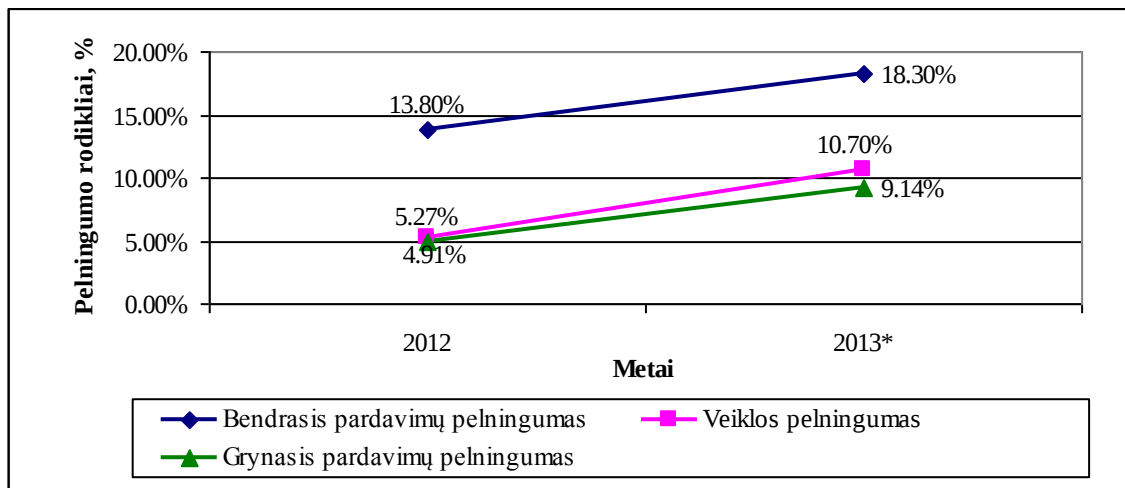
Atsižvelgiant į tai, kad analizuojamu laikotarpiu (2005 - 2012 m.) pardavimų pajamos vis didėjo, galime teigti, kad ir kitais laikotarpiais jos turėtų didėti. Realistiškas variantas atliktas imant paskutinių trijų metų didėjimo tendenciją ir pardavimo pajamų didėjimo vidurkis būtų apie 13%. Atliekant 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 15% pardavimo pajamų didėjimas. Pesimistinis variantas atliktas įvertinant tai, kad pirkėjas turi didelę pasirinkimo galimybę, pirks 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 7%.

Pardavimo savikainos prognozė realistiškame variante pasirinkta tokia, kad pardavimo savikaina turėtų didėti 14%, prognozė atlikta atsižvelgiant į dviejų paskutinių metų savikainos didėjimo tendenciją. Optimistiniame variante pardavimo savikaina turėtų didėti 9%, 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 15%.

Taigi, iš 2.5 lentelės matyti, kad didžiausia tikimybė, jog bendrasis pelnas pakitus abiem prognozuotiems veiksniams 2013 metais turėtų būti apie 3898064 Lt., arba 6,76% didesnis nei prieš metus. Atsižvelgiant į optimistinį variantą bendrasis pelnas 2013 m. galėtų didėti net 52,47%. Jei susiklostytų tokia situacija, kad įmonėje pardavimo pajamų ir savikainos pokyčiai

kistų pagal prognozuojamą pesimistinį variantą, tuomet bendrojo pelno mažėjimas gali būti 42,96%.

Atlikus pelno analizę, pagal scenarijų metodą matyti, kad pagal optimistinį variantą įmonė turi galimybes didinti bendrąjį pelną. Norint sužinoti kokia būtų įmonės padėtis, grynasis pelnas ir pardavimo pelningumai jei įmonė sutelktu visas pastangas didinti pardavimo apimtį ir mažinti savikainą, kad jų proporcijos 2013 metais kistų pagal optimistinį variantą, buvo sudaryta prognostinė PNA ir pagal ją apskaičiuoti nauji pelningumai.



2.15 pav. UAB „Lietuvos duona“ prognozuojami pardavimų pelningumo rodikliai 2013 m.

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

Atlikus pardavimų pelningumo prognozavimą, matyti, kad jei įmonės pardavimų pajamos didėtų 15%, o pardavimo savikaina tik 9%, įmonės pelningumai sparčiai kistų teigiama linkme. Grynasis pardavimų pelningumas, kuris pagal nustatytas reikšmes yra žemas, padidėtų iki 9,68% ir taptų patenkinamo lygio. Veiklos ir bendrasis pelningumai taip pat didėtų. Didžiausias didėjimas pastebimas veiklos pelningumo, nes prognozuojamas veiklos pelnas didėtų didžiausiu tempu.

Apibendrinant atliktą prognozavimą, norint įvertinti įmonės pelno ir pelningumo didėjimo galimybes, galima teigti, kad įmonė turi potencialą iš savo vykdomos veiklos gauti dar didesnę pelno sumą. Vis pateikiant į rinką naujus gaminius, diegiant naujas technologijas, stengiantis kontroliuoti išlaidas, pelnas, o tuo pačiu ir pelningumas, turėtų vis dėjančią tendenciją. Tai taip pat suteiktų įmonei didesnes galimybes stabiliai laikytis rinkoje ir būti konkurencingai.

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 pagal tam tikrus etapus, pagal kurios 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.

Pelnui ir pelningumui analizuoti Lietuvos ir užsienio autoriai nurodo daugybę metodų, tačiau pabrėžia, kad dažniausiai naudojami ir išsamiausi yra horizontali ir vertikali pelno (nuostolių) ataskaitos, bendrojo pelno ir segmentinė analizė. Šiame darbe pelno analizė atlikta remiantis daugiau segmentinės analizės pagrindu, nes tai suteikia informaciją apie įmonę ir jos skirtingus gaminius.

Atlikus pelno (nuostolių) ataskaitos horizontalią ir vertikalią analizę nustatyta, kad UAB „Lietuvos duona“ veiklos rezultatai rodė gerą įmonės būklę ir iki 2009 metų vis gerėjo. 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. Tačiau nuo 2012 metų pastebimas visų analizuojamų rodiklių didėjimas, kuris leidžia daryti išvadą, kad įmonė tinkamai valdo išlaidas 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, tačiau nuo 2012 metų įmonės pelningumo rodikliai vėl gerėja ir tai rodo, kad įmonė dirba pelningai ir efektyviai.

Išanalizavus įmonės pelną, remiantis segmentine pelno analizę, nustatyta, kad pelningiausi produktai yra Šeimininkės ir Senolių duona. Šių duonų bendrąjį pelną daugiausia lemia kainų ir savikainos pokyčiai. Duonos gaminių kainų kėlimas yra teigiamas veiksnys, kadangi iš paklausos svyravimų analizės matyti, kad jų paklausa yra neelastinga. Kadangi savikaina mažina bendrąjį pelną išanalizuota jos struktūra, leido daryti išvadas, kad ją daugiausia sudaro žaliavų ir cecho išlaidos, todėl tai pagrindiniai komponentai kuriuos reiktų siekti mažinti.

Atlikus pelną lemiančių rodiklių ryšių tarpusavio priklausomybių analizę nustatyta, kad iš analizuojamų veiksmų grynąjį pelną daugiausia lemia pardavimo pajamos. 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.

Įvertinus UAB „Lietuvos duona“ pelno didėjimo galimybes nustatyta, kad įmonė turi galimybes didinti bendrąjį pelną, didinant pardavimų apimtis ir mažinant pardavimų savikainą. Pardavimų apimtys didėtų dėl naujo asortimento pateikimo vartotojams, naujų firminių parduotuvių atidarymo, o savikaina gali didėti mažesniu tempu, dėl įdiegtos naujos modernios gamybos linijos ir vis tobulinamo gamybos proceso. Todėl 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 veiksnių 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 didėtų 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 Šeimininkės ir Senolių duonos bei lazdelių „Svogūnėlis“.

✓ Pagal atliktą paklausos svyravimų analizę siūlyčiau didinti Šeimininkės 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.

✓ 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 kokybės ir kainos santykį.

✓ Kadangi iš rodiklių ryšių analizės matyti, kad ilgalaikis turtas turi įtakos grynajam pelnui, siūlyčiau įmonei didinti ilgalaikį turtą investuojant lėšas į naujų modernių gamybos įrengimų įsigijimą, kurie padėtų mažinti išlaidas gamybos procese, padidintų galimas gamybos apimtis ir taip didintų įmonės pelną.

LITERATŪRA

1. Aleknevičienė, V. (2011). *Įmonės finansų valdymas*. Vilnius: Spalvų kraitė.
2. Andrijauskienė, A. (2004). *Įmonių ekonomika*. Vilnius: Presvika.
3. Aukščiūnas, V., Ginevičius, R. (2011). *Įmonės gamybos išteklių ekonomika*. Vilnius: Technika.
4. Bagdonas, E., Kazlauskienė, E. (2002). *Verslo pradmenys*. Kaunas: technologija.
5. Bagdžiūnienė, V. (2006). *Įmonių veiklos planavimas ir analizė: esmė ir verslo situacijos*. Vilnius: Conto litera.
6. Bartol, K., M., Martin, D., C. (1991). *Management*. USA: Von Hoffmann Press.
7. Bartosevičienė, V. (2011). *Ekonominės statistikos pagrindai*. Kaunas: Technologija.
8. Baumol, W., J., Blinder, A., S. (1994). *Economics. Principles and policy*. The Dryden Press.
9. Boguslauskas, V. (2007). *Ekonometrika*. Kaunas: Technologija.
10. Boguslauskas, V., Jagelavičius, G. (2002). *Įmonės veiklos finansinis vertinimas*. Kaunas: Technologija.
11. Buckiūnienė, O. (2005). *Ūkio subjektų finansai*. Vilnius: Vilniaus kolegija.
12. Buškevičiūtė, E., Kanapickienė, R., Patašius, M. (2010). *Finansinių rezultatų analizė*. Kaunas: Technologija.
13. Cibulskienė, D., Butkus, M. (2007). *Investicijų ekonomika: realiosios investicijos*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
14. Crouhy, M., Galai, D., Mark, R. (2001). *Risk management*. USA: Donnelley & Sons Company.
15. Fridson, M., Alvarez, F. (2002). *Financial Statement Anglysis*. Third Edition. John Wiley & Sons.
16. 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 2012-11-05]. Prieiga per internetą: <https://aleph.library.lt/F/QP6IBBDKUA4EVLV8Y937G9NNJQJPVITAAL56YXLN452I8BNNEE-96333?func=full-set-set&set_number=926839&set_entry=000023&format=999>.
17. Gronskas, V. (2006). *Ekonominė analizė*. Kaunas: Technologija.
18. Informacija apie analizuojamą įmonę [interaktyvus] [žiūrėta 2013-02-12]. Prieiga per internetą: <<http://birzuduona.lt/>>.
19. Jakutis, A. (2007). *Ekonomikos teorija*. Vilnius: Eugrimas.

20. Juozaitienė, L. (2007). *Įmonės finansai: analizė ir valdymas*. Šiauliai: Šiaulių universitetas.
21. Kancerevičius, G. (2009). *Finansai ir investicijos*. Kaunas: Smaltijos.
22. 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>>.
23. Kvedaraitė, V. (1997). *Firmos finansinė analizė*. Vilnius: Lietuvos informacijos institutas.
24. Lazauskas, J. (2005). *Įmonių ūkinės ir komercinės veiklos ekonominė analizė*. Vilnius: Technika.
25. Lydeka, Z., Drilingas, B. (2002). *Firmos ekonomikos pagrindai*. Vilnius.
26. Mackevičius, J., Poškaitė, D. (1998). *Finansinė analizė*. Vilnius: Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras.
27. Mackevičius, J., Poškaitė, D., Villis, L. (2011). *Finansinė analizė*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
28. Mackevičius, J. (2007). *Įmonių veiklos analizė*. Vilnius: TEV.
29. Martinkus, B., Žičkienė, S., Žilinskas, V. (2002). *Įmonės ekonomika*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
30. Obi, C. P. (1999). *Verslo finansų pagrindai*. Kaunas: Technologija.
31. Pabedinskaitė, A. (2009). *Kiekybiniai sprendimų metodai*. I dalis koreliacinė regresinė analizė ir prognozavimas. Vilnius: Technika.
32. Pass, C., Lowes, B., Davies, L. (1997). *Ekonomikos terminų žodynas*. Baltijos biznis.
33. Rutkauskas, A. V., Damašienė, V. (2002). *Finansų valdymas*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
34. Rutkauskas, V., Stankevičius, P. (2004). *Finansų analizė, valdymas ir prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
35. Rutkauskas, A. V., Sūdžius, V., Mackevičius, V. (2009). *Verslo finansų principai ir praktika*. Vilnius: Technika.
36. Samuelson, W., F., Marks, S., G. (1992). *Managerial economics*. USA.
37. Smalenskas, G. (2000). *Įmonės finansų pradmenys*. Vilnius: VU.
38. Snieška, V. ir kt. (2006). *Mikroekonomika*. Kaunas: Technologija.

39. Šakos pelningumo rodikliai [interaktyvus] [žiūrėta 2013-03-18]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.
40. Sūdžius, V. (1997). Įmonių komercija: principai ir praktika. Vilnius: „Pačiolio“ leidykla.
41. Šlekienė, D., Klimavičienė, I. (2000). *Įmonės veiklos finansinis įvertinimas*. Kaunas: Technologija.
42. Valkauskas, R. (2007). *Statistika*. Vilnius: VVAM.
43. Žvinklys, J., Vabalas, E. (2006). *Įmonės ekonomika*. Vilnius: VVAM.

PRIEDAI

UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaita 2005 – 2012 m.

Eil. nr.	STRAIPSNIAI	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
I.	PARDAVIMO PAJAMOS	8404996	9790263	12931437	18703485	18562886	20763546	24288786	26454296
II.	PARDAVIMO SAVIKAINA	5449978	5704842	9440894	10142452	6703913	16896450	21052132	22802886
III.	BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	2955018	4085421	3490543	8561033	11858973	3867096	3236654	3651410
IV.	VEIKLOS SĄNAUDOS	2694997	3732029	2847296	7593238	10271997	2335273	2084451	2257457
IV.1	Pardavimo			17188	908871	46347	34392	312998	425864
IV.2	Bendrosios ir administracinės	2694997	3732029	2830108	6684367	10225650	2300881	1771453	1831593
V.	TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	260021	353392	643247	967795	1586976	1531823	1152203	1393953
VI.	KITA VEIKLA	16763	9887	10149	26466	14637	39490	26364	8
VI.1.	Pajamos	52399	33981	18761	42017	14640	39490	26364	8
VI.2.	Sąnaudos	35636	24094	8612	15551	3	-	-	
VII.	FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	-51050	18027	-10128	-12047	4134	1051	9582	18186
VII.1.	Pajamos	8646	23694	437	2606	14047	13178	24337	32774
VII.2.	Sąnaudos	59696	5667	10565	14653	9913	12127	14755	14588
VIII.	IPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	225734	381306	643268	982214	1605747	1572364	1188149	1412147
IX.	PAGAUTĖ	10348							
X.	NETEKIMAI	159790							
XI.	PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKESTINIMĄ	76292	381306	643268	982214	1605747	1572364	1188149	1412147
XII.	PELNO MOKESTIS	15104	74129	123842	185481	222037	125952	99475	112315
XIII.	GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	61188	307177	519426	796733	1383710	1446412	1088674	1299832

Horizontali UAB “Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaita

Eil. nr.	STRAIPSNIAI	Pasikeitimai palyginti su praėjusiais metais													
		2006/2005		2007/2006		2008/2007		2009/2008		2010/2009		2011/2010		2012/2011	
I.	PARDAVIMO PAJAMOS	1385267	16.48%	3141174	32.08%	5772048	44.64%	-140599	-0.75%	2200660	11.86%	3525240	16.98%	2165510	8.92%
II.	PARDAVIMO SAVIKAINA	254864	4.68%	3736052	65.49%	701558	7.43%	3438539	-33.90%	10192537	152.04%	4155682	24.60%	1750754	8.32%
III.	BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	1130403	38.25%	-594878	-14.56%	5070490	145.26%	3297940	38.52%	-7991877	-67.39%	-630442	-16.30%	414756	12.81%
IV.	VEIKLOS SĄNAUDOS	1037032	38.48%	-884733	-23.71%	4745942	166.68%	2678759	35.28%	-7936724	-77.27%	-250822	-10.74%	173006	8.30%
IV.1	Pardavimo	0		17188		891683	5187.82%	-862524	-94.90%	-11955	-25.79%	278606	810.09%	112866	36.06%
IV.2	Bendrosios ir administracinės	1037032	38.48%	-901921	-24.17%	3854259	136.19%	3541283	52.98%	-7924769	-77.50%	-529428	-23.01%	60140	3.39%
V.	TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	93371	35.91%	289855	82.02%	324548	50.45%	619181	63.98%	-55153	-3.48%	-379620	-24.78%	241750	20.98%
VI.	KITA VEIKLA	-6876	-41.02%	262	2.65%	16317	160.77%	-11829	-44.70%	24853	169.80%	-13126	-33.24%	-26356	-99.97%
VI.1.	Pajamos	-18418	-35.15%	-15220	-44.79%	23256	123.96%	-27377	-65.16%	24850	169.74%	-13126	-33.24%	-26356	-99.97%
VI.2.	Sąnaudos	-11542	-32.39%	-15482	-64.26%	6939	80.57%	-15548	-99.98%	-3	100.00%	0		-	
VII.	FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	69077	135.31%	-28155	-156.18%	-1919	18.95%	16181	134.32%	-3083	-74.58%	8531	811.70%	8604	89.79%
VII.1.	Pajamos	15048	174.05%	-23257	-98.16%	2169	496.34%	11441	439.03%	-869	-6.19%	11159	84.68%	8437	34.67%
VII.2.	Sąnaudos	-54029	-90.51%	4898	86.43%	4088	38.69%	-4740	-32.35%	2214	22.33%	2628	21.67%	-167	-1.13%
VIII.	ĮPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	155572	68.92%	261962	68.70%	338946	52.69%	623533	63.48%	-33383	-2.08%	-384215	-24.44%	223998	18.85%
IX.	PAGAUTĖ	-10348	100.00%	0		0		0		0		0		-	
X.	NETEKIMAI	-159790	100.00%	0		0		0		0		0		-	
XI.	PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKESTINIMĄ	305014	399.80%	261962	68.70%	338946	52.69%	623533	63.48%	-33383	-2.08%	-384215	-24.44%	223998	18.85%
XII.	PELNO MOKESTIS	59025	390.79%	49713	67.06%	61639	49.77%	36556	19.71%	-96085	-43.27%	-26477	-21.02%	12840	12.91%
XIII.	GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	245989	402.02%	212249	69.10%	277307	53.39%	586977	73.67%	62702	4.53%	-357738	-24.73%	211158	19.40%

Vertikali UAB „Lietuvos duona“ pelno (nuostolių) ataskaita

Eil. nr.	STRAIPSNIAI	2005	2006	Pokytis s 2006 /2005	2007	Pokytis 2007 /2006	2008	Pokytis 2008 /2007	2009	Pokytis 2009 /2008	2010	Pokytis 2010 /2009	2011	Pokytis s 2011 /2010	2012	Pokytis s 2012 /2011
I.	PARDAVIMO PAJAMOS	100	100		100		100		100		100		100		100	
II.	PARDAVIMO SAVIKAINA	64.84	58.27	-6.57	73.01	14.74	54.23	-18.78	36.11	-18.11	81.38	45.26	86.67	5.30	86.20	-0.48
III.	BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	35.16	41.73	6.57	26.99	-14.74	45.77	18.78	63.89	18.11	18.62	-45.26	13.33	-5.30	13.80	0.48
IV.	VEIKLOS SĄNAUDOS	32.06	38.12	6.06	22.02	-16.10	40.60	18.58	55.34	14.74	11.25	-44.09	8.58	-2.67	8.53	-0.05
IV.1	Pardavimo	0.00	0.00	0.00	0.13	0.13	4.86	4.73	0.25	-4.61	0.17	-0.08	1.29	1.12	1.61	0.32
IV.2	Bendrosios ir administracinės	32.06	38.12	6.06	21.89	-16.23	35.74	13.85	55.09	19.35	11.08	-44.01	7.29	-3.79	6.92	-0.37
V.	TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	3.09	3.61	0.52	4.97	1.36	5.17	0.20	8.55	3.37	7.38	-1.17	4.74	-2.63	5.27	0.53
VI.	KITA VEIKLA	0.20	0.10	-0.10	0.08	-0.02	0.14	0.06	0.08	-0.06	0.19	0.11	0.11	-0.08	0.00	-0.11
VI.1.	Pajamos	0.62	0.35	-0.28	0.15	-0.20	0.22	0.08	0.08	-0.15	0.19	0.11	0.11	-0.08	0.00	-0.11
VI.2.	Sąnaudos	0.42	0.25	-0.18	0.07	-0.18	0.08	0.02	0.00	-0.08	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
VII.	FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	-0.61	0.18	0.79	-0.08	-0.26	-0.06	0.01	0.02	0.09	0.01	-0.02	0.04	0.03	0.07	0.03
VII.1	Pajamos	0.10	0.24	0.14	0.00	-0.24	0.01	0.01	0.08	0.06	0.06	-0.01	0.10	0.04	0.12	0.02
VII.2	Sąnaudos	0.71	0.06	-0.65	0.08	0.02	0.08	0.00	0.05	-0.02	0.06	0.01	0.06	0.00	0.06	-0.01
VIII.	IPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	2.69	3.89	1.21	4.97	1.08	5.25	0.28	8.65	3.40	7.57	-1.08	4.89	-2.68	5.34	0.45
IX.	PAGAUTĖ	0.12	0.00	-0.12	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
X.	NETEKIMAI	1.90	0.00	-1.90	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
XI.	PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKESTINIMĄ	0.91	3.89	2.99	4.97	1.08	5.25	0.28	8.65	3.40	7.57	-1.08	4.89	-2.68	5.34	0.45
XII.	PELNO MOKESTIS	0.18	0.76	0.58	0.96	0.20	0.99	0.03	1.20	0.20	0.61	-0.59	0.41	-0.20	0.42	0.02
XIII.	GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	0.73	3.14	2.41	4.02	0.88	4.26	0.24	7.45	3.19	6.97	-0.49	4.48	-2.48	4.91	0.43

4 priedas

Pardavimo pajamų detalizavimas 2006 – 2012 m.

<u>Paslaugų ir prekių pardavimo pajamos</u>	2006	% nuo pajamų	2007	% nuo pajamų	2008	% nuo pajamų	2009	% nuo pajamų	2010	% nuo pajamų	2011	% nuo pajamų	2012	% nuo pajamų
Mažmeninės prekybos pajamos	1733871	17.61%	1419119	10.96%	1666180	8.89%	1584717	8.52%	2233459	10.73%	2927823	12.03%	3518412	13.28%
Gaminių pardavimo pajamos	8089663	82.15%	11511369	88.89%	17030679	90.84%	16900583	90.90%	18381469	88.30%	21331593	87.66%	22577351	85.24%
Žaliavų pardavimo pajamos	709	0.01%	949	0.01%	1701	0.01%	69630	0.37%	140613	0.68%	21152	0.09%	13516	0.05%
Draudimo pajamos	4007	0.04%		0.00%	4925	0.03%	7956	0.04%	8076	0.04%	8218	0.03%	12826	0.05%
Darbo biržos pajamos	14818	0.15%		0.00%		0.00%		0.00%		0.00%		0.00%		0.00%
Kitos finansinės - investicinės veiklos pajamos	4870	0.05%		0.00%	2606	0.01%	14047	0.08%	13178	0.06%	6901	0.03%	32774	0.12%
Kitos		0.00%	19198	0.15%	42017	0.22%	14640	0.08%	39419	0.19%	39272	0.16%	332199	1.25%

UAB „Lietuvos duona“ bendrojo pelno kitimą įtakojoantys veiksniai

Laikotarpis	Keitimų Nr.	Pardavimai, Lt	Parduotų prekių savikaina, Lt	Bendras pelnas, Lt	Veiksnių pasikeitimo įtaka, Lt
2005 - 2006	–	8404996	5449978	2955018	–
	1	9790263	5449978	4340285	1385267
	2	9790263	5704842	4085421	-254864
					1130403
2006 - 2007	–	9790263	5704842	4085421	–
	1	12931437	5704842	7226595	3141174
	2	12931437	9440894	3490543	-3736052
					-594878
2007 - 2008	–	12931437	9440894	3490543	–
	1	18703485	9440894	9262591	5772048
	2	18703485	10142452	8561033	-701558
					5070490
2008 - 2009	–	18703485	10142452	8561033	–
	1	18562886	10142452	8420434	-140599
	2	18562886	6703913	11858973	3438539
					3297940
2009 - 2010	–	18562886	6703913	11858973	–
	1	20763546	6703913	14059633	2200660
	2	20763546	16896450	3867096	-10192537
					-7991877
2010 - 2011	–	20763546	16896450	3867096	–
	1	24288786	16896450	7392336	3525240
	2	24288786	21052132	3236654	-4155682
					-630442
2011 - 2012	–	24288786	21052132	3236654	–
	1	26454296	21052132	5402164	2165510

	2	26454296	22802886	3651410	-1750754
					414756

6 priedas

Didžiausią apyvartą sudarantys produktai ir jų uždirbamos pajamos 2011 m.

Eil. Nr.	Produktas	Pardavimų kiekis	Pardavimų procentas nuo visų pardavimų	Parduotų prekių kaina (su PVM), Lt/vnt.	Pardavimo pajamos	Pardavimo pajamų procentas nuo visų pajamų
1	Šeiminkės duona, 650 g.	891102	19.41	2.91	2593106.82	10.68
2	Senolių duona, 500g.	532968	11.61	2.89	1540277.52	6.34
3	Lazdelės su svogūnais, 150 g.	216739	4.72	2.29	496332.31	2.04
4	Agluonos duona, 550 g.	184017	4.01	2.78	511567.26	2.11
5	Bandelė "Meškos letena", 60 g.	182058	3.97	0.99	180237.42	0.74
6	Duona "Liliputas", 200 g.	176592	3.85	1.59	280781.28	1.16
7	Bandelė su karamele *2 vnt, 100 g.	173140	3.77	1.59	275292.6	1.13
8	Duona "Ajeris", 600 g.	164937	3.59	3.29	542642.73	2.23
9	Lazdelės su sezamais, 150 g.	153049	3.33	2.39	365787.11	1.51
10	Bandelė su lašiniiais *3vnt, 150 g.	133003	2.90	2.19	291276.57	1.20
Iš viso pardavimo pajamų iš 10 pagrindinių produktų:					7077301.62	29.14

Pardavimo pajamos visų produktų = 24288786 Lt.

Pardavimo pajamos (Šeiminkės duona) = 891102 * 2.91 = 2593106.82 Lt.

Pardavimo pajamų procentas nuo visų pajamų (Šeiminkės duona) = 2593106.82 * 100 / 24288786 = 10.68%

Dešimties didžiausią apyvartą sudarančių produktų nupirktas kiekis ir jo pokytis.

	2011 m. Gegužės mėn.	2011 m. Liepos mėn.	Pokytis, Lt
Šeimininkės duona	73303	82735	9432
Senolių duona	30888	34283	3395
Lazdelės Svogūnėlis	5878.65	5620.55	-258.1
Agluonos duona	25000	26166	1166
Bandelė "Meškos letena"	27055	24197	-2858
Liliputas	9571	10694	1123
Bandelė su karamele	7374	780	-6594
Ajero duona	21736	24382	2646
Lazdelės su sezamo sėklomis	978.6	908.3	-70.3
Bandelė su lašinukais	12141	12277	136

Duomenys bendrojo pelno analizei pagal Šeimininkės ir Senolių duoną

Pelno dedamosios	Bazinis laikotarpis (2010) P_0	Ataskaitinis laikotarpis (2011) P_2	Bazė, perskaičiuota pagal faktinę realizaciją P_1
Pardavimų pajamos, Lt	$803522 \cdot 2.75 + 485008 \cdot 2.73 = \mathbf{3533757.34}$	$891102 \cdot 2.91 + 532968 \cdot 2.89 = \mathbf{4133384.34}$	$891102 \cdot 2.75 + 532968 \cdot 2.73 = \mathbf{3905533.14}$
Produkcijos savikaina, Lt	$803522 \cdot 2.25 + 485008 \cdot 1.61 = \mathbf{2588787.38}$	$891102 \cdot 2.35 + 532968 \cdot 1.71 = \mathbf{3005464.98}$	$891102 \cdot 2.25 + 532968 \cdot 1.61 = \mathbf{2863057.98}$
Bendrasis pelnas, Lt	$3533757.34 - 2588787.38 = \mathbf{944969.96}$	$4133384.34 - 3005464.98 = \mathbf{1127919.36}$	$3905533.14 - 2863057.98 = \mathbf{1042475.16}$

Pardavimų apimtis natūrinė išraiška: $K = \frac{\sum q_{i1} \cdot P_{i0}}{\sum q_{i0} \cdot P_{i0}}$; $\Delta P_1 = (P_0 \cdot K) - P_0$.

$\sum q_{i1} \cdot P_{i0}$ - pardavimo pajamų bazė perskaičiuota pagal faktinę realizaciją; $\sum q_{i0} \cdot P_{i0}$ - pardavimo pajamos bazinį laikotarpį; P_0 - bendrasis pelnas bazinį laikotarpį.

Produkcijos struktūra ir asortimentas: $\Delta P_2 = P_1 - (P_0 \cdot K)$.

P_1 - pardavimo pajamų bazė perskaičiuota pagal faktinę realizaciją; P_0 - produkcijos savikainos bazė perskaičiuota pagal faktinę realizaciją.

Parduotų prekių savikaina: $\Delta P_3 = P_2 - P_1$.

P_2 - produkcijos savikaina ataskaitinį laikotarpį; P_1 - produkcijos savikainos bazė perskaičiuota pagal faktinę realizaciją.

Pardavimų kainos: $\Delta P_4 = P_2 - P_1$.

P_2 - pardavimo pajamos ataskaitinį laikotarpį; P_1 - pardavimo pajamų bazė perskaičiuota pagal faktinę realizaciją.

Bendrasio pelno pasikeitimas: $\Delta P = \Delta P_1 + \Delta P_2 + \Delta P_3 + \Delta P_4$

9 priedas

Dešimties pagrindinių produktų savikainos ir kainos santykis

Eil. Nr.	Produktas	Savikaina su 0% rentabilumu, Lt be PVM	Kaina, Lt be PVM	Savikainos procentas nuo kainos
1	Šeimininkės duona, 650 g.	1.94	2.41	80%
2	Senolių duona, 500g.	1.41	2.39	59%
3	Lazdelės su svogūnais, 150 g.	0.64	1.89	34%
4	Aglunos duona, 550 g.	1.67	2.3	73%
5	Bandelė „Meškos letena“, 60 g.	0.44	0.82	54%
6	Duona „Liliputas“, 200 g.	0.64	1.31	49%
7	Bandelė su karamele *2 vnt, 100 g.	0.57	1.31	44%
8	Duona „Ajeris“, 600 g.	1.7	2.72	63%
9	Lazdelės su sezamais, 150 g.	0.73	1.98	37%
10	Bandelė su lašiniiais *3vnt, 150 g.	1.29	1.81	71%

UAB „Lietuvos duona“ pelningumo rodiklių skaičiavimas

	2005	2006	2007	2008
Bendrasis pardavimų pelningumas	$\frac{2955018}{8404996} * 100 = 35,16\%$	$\frac{4085421}{9790263} * 100 = 41,73\%$	$\frac{3490543}{12931437} * 100 = 26,99\%$	$\frac{8561033}{18703485} * 100 = 45,77\%$
Veiklos pelningumas	$\frac{260021}{8404996} * 100 = 3,09\%$	$\frac{353392}{9790263} * 100 = 3,61\%$	$\frac{673830}{12931437} * 100 = 4,97\%$	$\frac{967795}{18703485} * 100 = 5,17\%$
Grynasis pardavimų pelningumas	$\frac{61188}{8404996} * 100 = 0,73\%$	$\frac{307177}{9790263} * 100 = 3,14\%$	$\frac{573579}{12931437} * 100 = 4,02\%$	$\frac{796733}{18703485} * 100 = 4,26\%$
Turto pelningumas	$\frac{61188}{2598257} * 100 = 2,35\%$	$\frac{307177}{3079415} * 100 = 9,98\%$	$\frac{573579}{5035119} * 100 = 10,32\%$	$\frac{796733}{5577993} * 100 = 14,28\%$
Nuosavo kapitalo pelningumas	$\frac{61188}{1487013} * 100 = 4,11\%$	$\frac{307177}{1880372} * 100 = 16,34\%$	$\frac{573579}{2369200} * 100 = 21,92\%$	$\frac{796733}{3000882} * 100 = 26,55\%$

	2009	2010	2011	2012
Bendrasis pardavimų pelningumas	$\frac{11858973}{18562886} * 100 = 63,89\%$	$\frac{3867096}{20763546} * 100 = 18,62\%$	$\frac{3236654}{24288786} * 100 = 13,33\%$	$\frac{3651410}{26454296} * 100 = 13,80\%$
Veiklos pelningumas	$\frac{1586976}{18562886} * 100 = 8,55\%$	$\frac{1531823}{20763546} * 100 = 7,38\%$	$\frac{1152203}{24288786} * 100 = 4,74\%$	$\frac{1393953}{26454296} * 100 = 5,27\%$
Grynasis pardavimų pelningumas	$\frac{1383710}{18562886} * 100 = 7,45\%$	$\frac{1446412}{20763546} * 100 = 6,97\%$	$\frac{1088674}{24288786} * 100 = 4,48\%$	$\frac{1299832}{26454296} * 100 = 4,91\%$
Turto pelningumas	$\frac{1383710}{6867733} * 100 = 20,15\%$	$\frac{1446412}{8431931} * 100 = 17,15\%$	$\frac{1088674}{10214182} * 100 = 10,66\%$	–

Nuosavo kapitalo pelningumas	$\frac{1383710}{4384592} * 100 = 31,56\%$	$\frac{1446412}{5581004} * 100 = 25,92\%$	$\frac{1088674}{6669678} * 100 = 16,32\%$	–
-------------------------------------	---	---	---	---

11 priedas

UAB „Lietuvos duona“ efektyvumo rodiklių skaičiavimas

	2005	2006	2007	2008
Pardavimo savikainos lygis	$\frac{5449978}{8404996} * 100 = 64,84\%$	$\frac{5704842}{9790263} * 100 = 58,27\%$	$\frac{9440894}{12931437} * 100 = 73,01\%$	$\frac{10142452}{18703485} * 100 = 54,23\%$
Veiklos sąnaudos vienam pardavimo pajamų litui	$\frac{2694997}{8404996} * 100 = 32,06\%$	$\frac{3732029}{9790263} * 100 = 38,12\%$	$\frac{2816713}{12931437} * 100 = 22,02\%$	$\frac{7593238}{18703485} * 100 = 40,60\%$
Pardavimo pajamų dalis tenkanti vienam darbuotojui	$\frac{8404996}{175} = 48028,55$	$\frac{9790263}{180} = 54390,35$	$\frac{12931437}{188} = 68784,24$	$\frac{18703485}{196} = 95425,94$
Grynojo pelno dalis tenkanti vienam darbuotojui	$\frac{61188}{175} = 349,65$	$\frac{307177}{180} = 1706,54$	$\frac{573579}{188} = 2762,90$	$\frac{796733}{196} = 4064,96$

	2009	2010	2011	2012
Pardavimo savikainos lygis	$\frac{6703913}{18562886} * 100 = 36,11\%$	$\frac{16896450}{20763546} * 100 = 81,38\%$	$\frac{21052132}{24288786} * 100 = 86,67\%$	$\frac{22802886}{26454296} * 100 = 86,20\%$
Veiklos sąnaudos vienam pardavimo pajamų litui	$\frac{10271997}{18562886} * 100 = 55,34\%$	$\frac{2335273}{20763546} * 100 = 11,25\%$	$\frac{2084451}{24288786} * 100 = 8,58\%$	$\frac{2257457}{26454296} * 100 = 8,53\%$
Pardavimo pajamų dalis tenkanti vienam darbuotojui	$\frac{18562886}{201} = 92352,67$	$\frac{20763546}{236} = 87981,13$	$\frac{24288786}{242} = 100366,88$	$\frac{2257457}{248} * 100 = 106670,5$
Grynojo pelno dalis tenkanti vienam darbuotojui	$\frac{1383710}{201} = 6884,13$	$\frac{1446412}{236} = 6128,86$	$\frac{1088674}{242} = 4498,65$	$\frac{1299832}{248} * 100 = 5241,26$

Statistinio reikšmingumo tikrinimas

Ilgalaikis turtas – Grynasis pelnas

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	10781101165545.300	1	10781101165545.300	9.243	.029 ^b
Residual	5832220592882.140	5	1166444118576.430		
Total	16613321758427.400	6			

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-16747.120	299001.916		-.056	.958
x	.258	.085	.806	3.040	.029

Nuosavas kapitalas – Grynasis pelnas

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	16935743772043.600	1	16935743772043.600	13.402	.015 ^b
Residual	6318523465585.850	5	1263704693117.170		
Total	23254267237629.400	6			

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-38181.891	256421.508		-.149	.887
x	.231	.063	.853	3.661	.015

Pardavimo pajamos – Grynasis pelnas

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1.291E+12	1	1.291E+12	15.435	.011 ^a
Residual	4.182E+11	5	8.365E+10		
Total	1.709E+12	6			

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-468358.607	340960.947		-1.374	.228
x	.078	.020	.869	3.929	.011

Kritinės reikšmės buvo apskaičiuotos naudojant Excel programą:

$$FINV(0,05;1;7-2) = 6,61$$

$$TINV(0,05,7-2) = 2,57$$

Prognostinė 2013 m. pelno (nuostolių) ataskaita

	2013*
PARDAVIMO PAJAMOS	30422440.4
PARDAVIMO SAVIKAINA	24855145.74
BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	5567294.66
VEIKLOS SĄNAUDOS	2312819.32
Pardavimo	481226.32
Bendrosios ir administracinės	1831593
TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	3254475.34
KITA VEIKLA	8
Pajamos	8
Sąnaudos	
FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA	18186
Pajamos	32774
Sąnaudos	14588
ĮPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)	3272669.34
PAGAUTĖ	
NETEKIMAI	
PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKESTINIMĄ	3272669.34
PELNO MOKESTIS	490900.401
GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	2781768.94