

www.diplomstudent.net

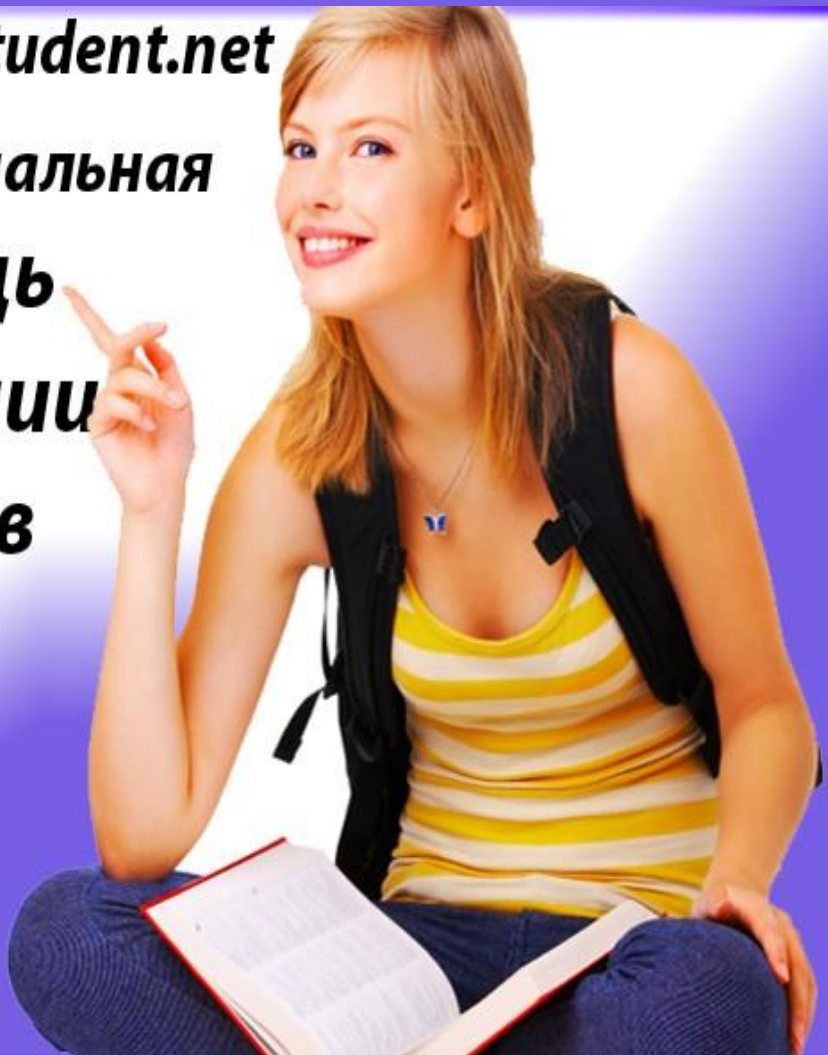
Дипломные работы на заказ

**от автора
без предоплаты**



www.diplomstudent.net

**Профессиональная
помощь
в написании
всех видов
работ
для
студентов
вузов**



СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	7
1.1. Понятие рентабельности: цель и задачи анализа	7
1.2. Система показателей рентабельности	19
1.3. Факторы, влияющие на рентабельность	27
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ГБУЗ «ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТНОЙ КЛИНИЧЕСКИЙ НАРКОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСПАНСЕР»	38
2.1. Организационно-экономическая характеристика деятельности ГБУЗ «Тверской областной клинический наркологический диспансер»	38
2.2. Оценка показателей рентабельности медицинской организации ГБУЗ «Тверской областной клинический наркологический диспансер»	38
2.3. Мероприятия по повышению рентабельности медицинской организации «ГБУЗ «Тверской областной клинический наркологический диспансер»	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	38
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	38
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	42

ВВЕДЕНИЕ

Для того, чтобы выжить в условиях острой конкурентной борьбы, любое предприятие должно обеспечивать безубыточную работу всех подразделений организации, а для этого, любой руководитель должен уметь организовать деятельность организации таким образом, чтобы заинтересовать потенциального клиента, привлечь его новым продуктом или услугой и удержать. Кроме этого, является необходимым не только безубыточное производство и реализация товаров (услуг), но и обеспечение предприятия положительным финансовым результатом, так как именно положительная прибыль и рост рентабельности, способны обеспечить предприятию финансовую стабильность и конкурентоспособность. В рыночных условиях хозяйствования, необходимо эффективное управление, позволяющее управлять всеми ресурсами организации с целью обеспечения получения прибыли и обеспечения высокого уровня рентабельности, так как современная российская экономика характеризуется стремительным развитием товарных рынков, усилением конкуренции на действующих и ростом входных барьеров на вновь формирующихся рынках. Всё активнее начинают использоваться знания, умения, навыки для обеспечения конкурентных преимуществ компаний. Современная ситуация на рынке характеризуется также применением новых методов управления и форм организации бизнеса; не только дифференциацией, но интеграцией малых, средних, крупных предприятий для получения дополнительного экономического эффекта благодаря выгодному взаимодействию. Обобщая наблюдаемые изменения, очевидно, что потребность бизнеса в России в эффективных управленческих решениях постоянно возрастает.

Особую актуальность выбранной темы работы можно объяснить тем, что объектом исследования является медицинская организация, работающая на рынке чистой конкуренции. В настоящий момент, острая конкурентная

борьба на рынке медицинских услуг, подстегивают руководителей аналогичных организаций искать новые более сильные управленческие решения, направленные на безубыточную работу предприятия и обеспечения ее рентабельности.

Объектом исследования работы является предприятие, работающее на рынке медицинских услуг- ГБУЗ «Тверской областной клинический наркологический диспансер».. Предмет исследования- показатели финансовых результатов и рентабельность работы организации.

Целью работы является- разработка мероприятия по повышению рентабельности работы медицинской организации. В связи с указанной целью, в процессе работы необходимо решить следующие задачи: рассмотреть теоретические аспекты управления рентабельность предприятия; дать оценку показателям рентабельности медицинской организации и разработать предложения, направленные на повышение показателей рентабельности ГБУЗ «Тверской областной клинический наркологический диспансер».

Структура работы обусловлена целями и задачами, определенными для работы, а также логикой проведенного исследования и состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Первая глава является теоретической, в ней описана сущность рентабельности, цели и задачи анализа; представлена система показателей рентабельности и факторы на нее влияющие. Вторая глава является аналитической, в ней дана организационно-экономическая характеристика объекта исследования, проведен анализ показателей рентабельности и предложены мероприятия по ее повышению.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предложенные мероприятия, могут быть применены на практике анализируемой организации. Методологической базой исследования явились

системный анализ и синтез, аналогия, общенаучные методы познания, сравнительный, структурный и другие методы анализа.

Для написания работы использовались литературные источники авторов по изучаемой проблеме, статистическая информация, бухгалтерская и статистическая отчетность объекта исследования, нормативно-правовые акты. Проблематикой управления рентабельностью в организации, занимались множество отечественных и зарубежных авторов, наиболее известными из них являются: Баканов М.И., Барнгольд С.Б., Бороненкова С.А., Брейли Р., Вестерфилд Р., Губина О.В., Герасимова Е.Б., Губин В.Е., Дружинин А.И., Дунаев О.Н. , Джордан Б., Лебеда Т.А., Любушин Н.П., Ласица М.В., Лизакова Р.А. ,Мицкевич А., Майерс С., Маркова О.В., Никонова И.А. , Росс С., Савицкая Г.В. , Савчук В.П. ,Чуев И.Н., Чуева А.Н. и другие.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Понятие рентабельности: цель и задачи анализа

Для оценки эффективности работы организаций недостаточно использования показателя прибыли, поскольку наличие прибыли еще не означает, что организация работает хорошо. Абсолютная сумма прибыли не позволяет судить о степени доходности той или иной организации. Многие организации, получившие одинаковую сумму прибыли, имеют различные объемы продаж, разные затраты. Поэтому для определения эффективности произведенных затрат необходимо использовать относительный показатель - уровень рентабельности. Рентабельность (доходный, полезный, прибыльный), относительный показатель экономической эффективности, означающий доходный, полезный прибыльный. В экономической теории применяется несколько определений категорий рентабельности, рис.1.1. Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств.[3]

Цель анализа рентабельности - оценить способность предприятия приносить доход на вложенный в предприятие капитал. По результатам анализа разрабатываются рекомендации по формированию прибыли, изменению пропорций в распределении прибыли и наиболее рациональному ее использованию. Для достижения данной цели решаются следующие задачи: расчет и факторный анализ показателей рентабельности; оценка динамики доли прибыли, которая идет на самофинансирование предприятия и материальное стимулирование работников; анализ выполнения плана по использованию прибыли; расчет и факторный анализ показателей рентабельности и др., рис.1.1.



Рис.1.1. Понятие рентабельности, цели и задачи анализа рентабельности в системе управления

Основным источником информации для анализа рентабельности организации является бухгалтерская отчетность. Бухгалтерская отчетность представляет собой систему показателей, отражающих имущественное и финансовое положение организации на отчетную дату, а также финансовые результаты ее деятельности за отчетный период, рис.1.2. Бухгалтерская (финансовая) отчетность должна включать показатели деятельности всех подразделений экономического субъекта, включая его филиалы и представительства, независимо от их места нахождения. Бухгалтерская (финансовая) отчетность составляется в валюте Российской Федерации (т.е. в рублях). Подготовка и представление годового отчета, а также сами типовые формы бухгалтерской (финансовой) отчетности регламентируются следующей нормативной базой: 1) Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» Вступил в силу с 1 января 2013 г. Целями настоящего Федерального закона являются установление единых требований к бухгалтерскому учету, в том числе бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также создание правового механизма регулирования бухгалтерского учета.

2) Бухгалтерская отчетность организации- ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» устанавливает состав, содержание и методические основы формирования бухгалтерской отчетности организаций, являющихся юридическими лицами по законодательству Российской Федерации, кроме кредитных организаций и государственных (муниципальных) учреждений, утверждена приказом Минфина РФ от 2 июля 2010 г. N 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (ред. от 04.12.2012).[3]

В настоящий момент основными формами бухгалтерской отчетности являются: бухгалтерский баланс; бухгалтерский баланс (для субъектов малого предпринимательства) (введен Приказом от 04.12.2012); отчет о финансовых результатах (ред. от 04.12.2012); отчет о финансовых результатах (для субъектов малого предпринимательства) (введен Приказом

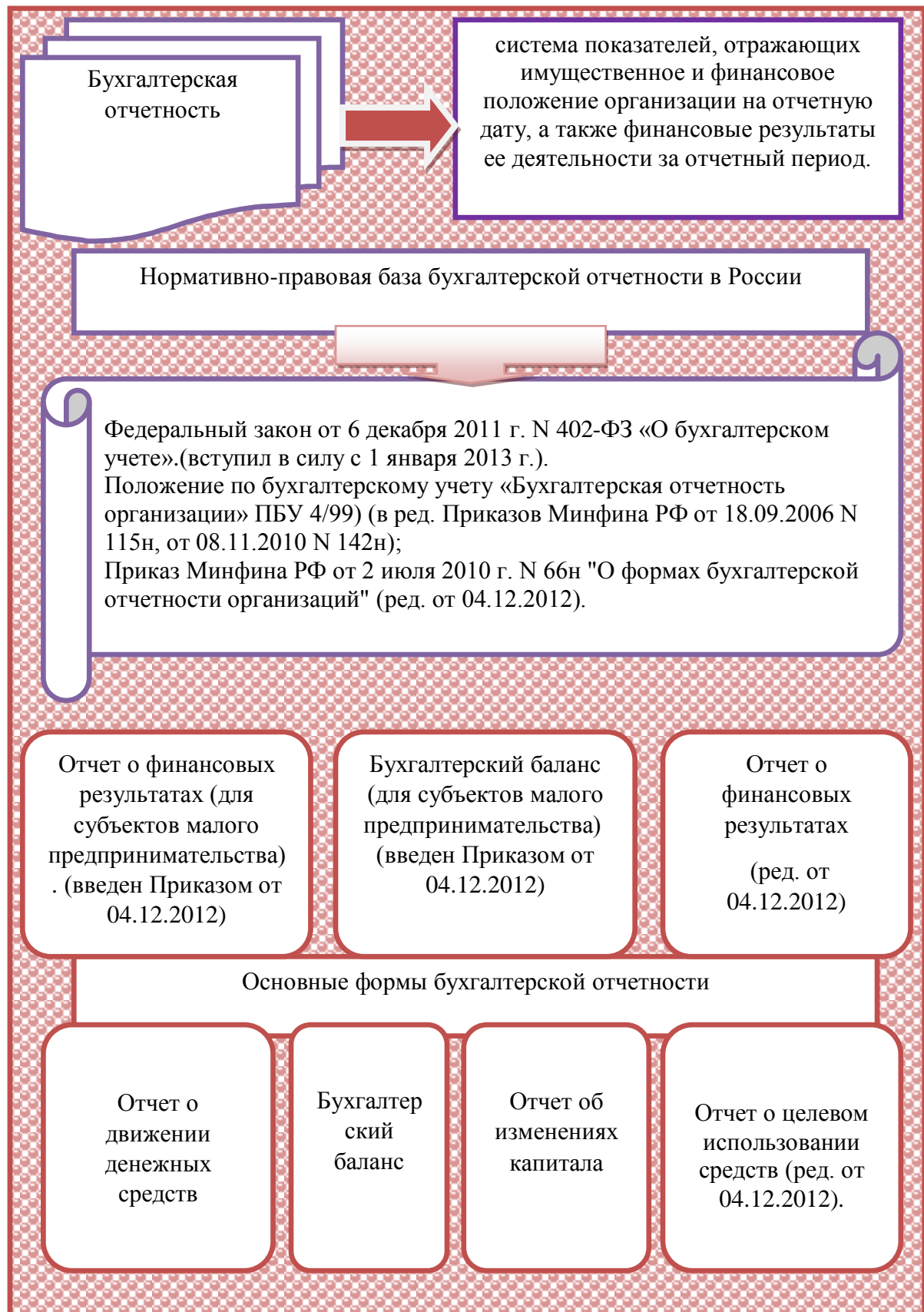


Рис.1.2. Информационная база для анализа рентабельности

от 04.12.2012); отчет об изменениях капитала; отчет о движении денежных средств; отчет о целевом использовании средств (ред. от 04.12.2012).

Основной целью финансовой отчетности является предоставление информации о финансовом состоянии, рентабельности, финансовой устойчивости и платежеспособности организации. Анализ финансовых показателей, в том числе и показателей рентабельности необходим любому коммерческому предприятию, для обеспечения платежеспособности и конкурентоспособности предприятия. В противном случае, компания не сможет поддерживать определенный уровень доходности и будет вынуждена уйти с рынка. В связи с этим достаточно интересными являются данные статистической отчетности Росстата, о динамике финансовых показателей, убыточности и рентабельности организаций в РФ. Проведем краткий анализ по существующим основным показателям российских предприятий за 2000-2015г.г. По имеющимся данным, наибольшая доля в общем числе организаций, приходится на частный сектор, и на протяжении анализируемого периода на долю частных компаний приходится от 75% до 86,8%, при этом замечено увеличение доли частных компаний на 11,8%, рис.1.3.

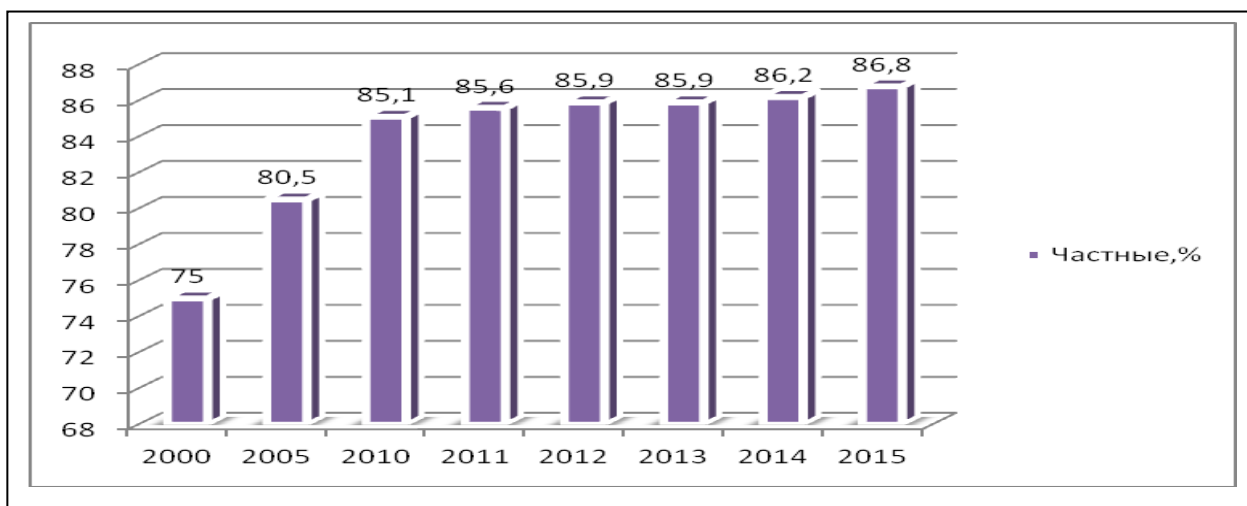


Рис.1.3.Динамки доли частных компаний России в общем количестве организаций с 2000-2015 г.г. [40]

Рост доли частных компаний увеличился за счет изменения доли государственных и муниципальных учреждений, в частности, по данным на конец анализируемого периода доля муниципальных предприятий составила 4,2%, государственных 2,2%, рис.1.4.

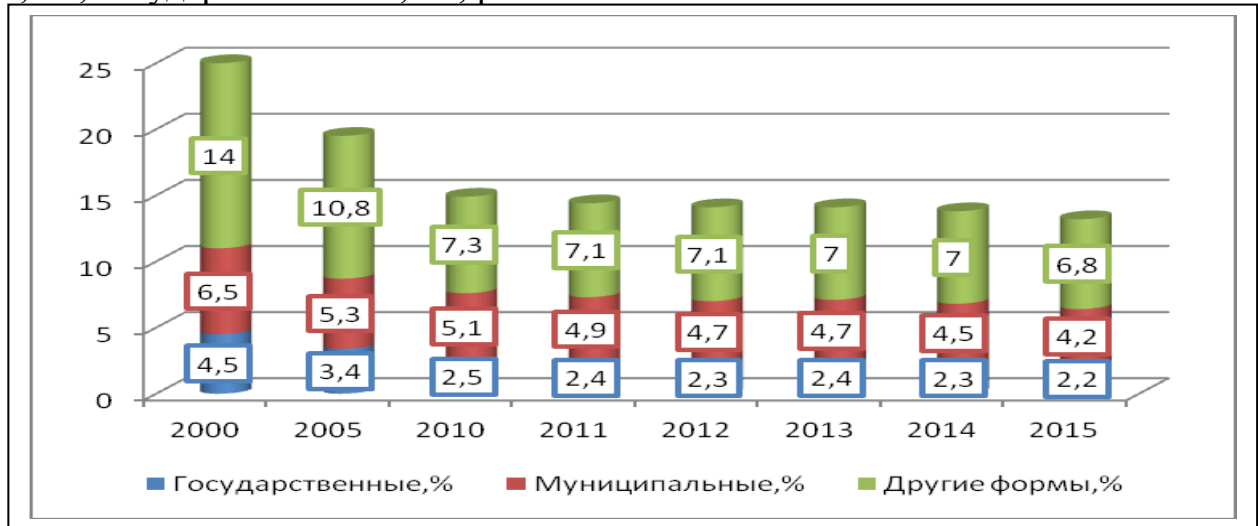


Рис.1.4. Динамика доли государственных и муниципальных предприятий России с 2000-2015г.г. [40]

В целом количество предприятий и организаций ежегодно увеличивается и по данным на конец анализируемого периода их число составило 5043,6 тыс. ед., а это на 50,71% выше показателя начала анализируемого периода, рис.1.5.

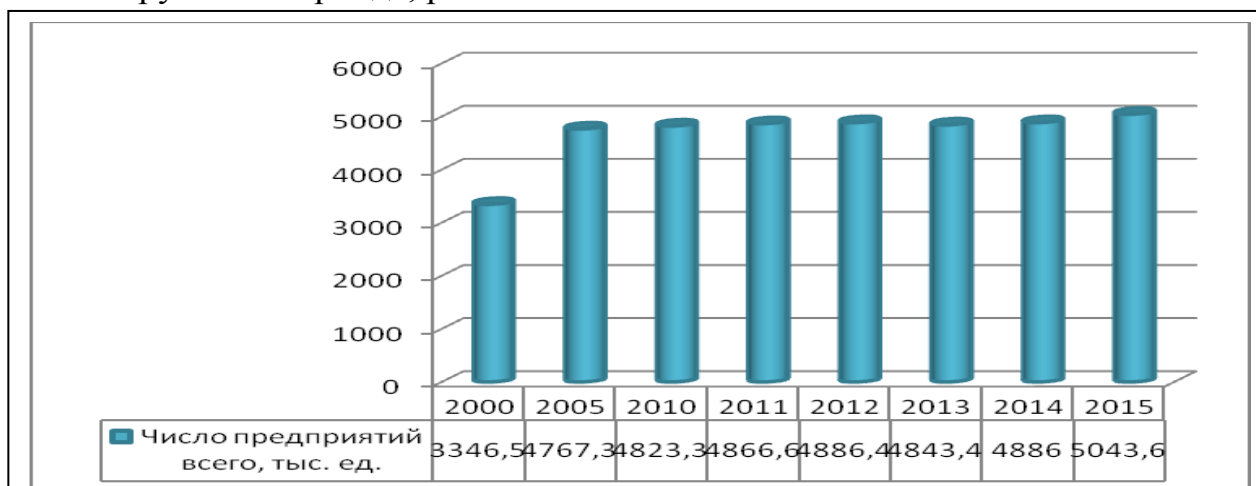


Рис.1.5. Динамика числа предприятий и организаций России с 2000-2015 г.г.

Рост числа предприятий произошел в основном за счет роста частных организаций, которые за анализируемый период увеличились на 74,44% и составили 4377,8 тыс. ед. Число государственных и муниципальных организаций имеет динамику снижения и по данным на конец анализируемого периода государственные предприятия снизились на 26,59% их число составило 110,7 тыс. ед. Несущественное снижение произошло по муниципальным организациям, в пределах 3% снижение произошло по отношению к началу анализируемого периода и на 3,15% произошло снижение к уровню прошлого года, рис.1.6.

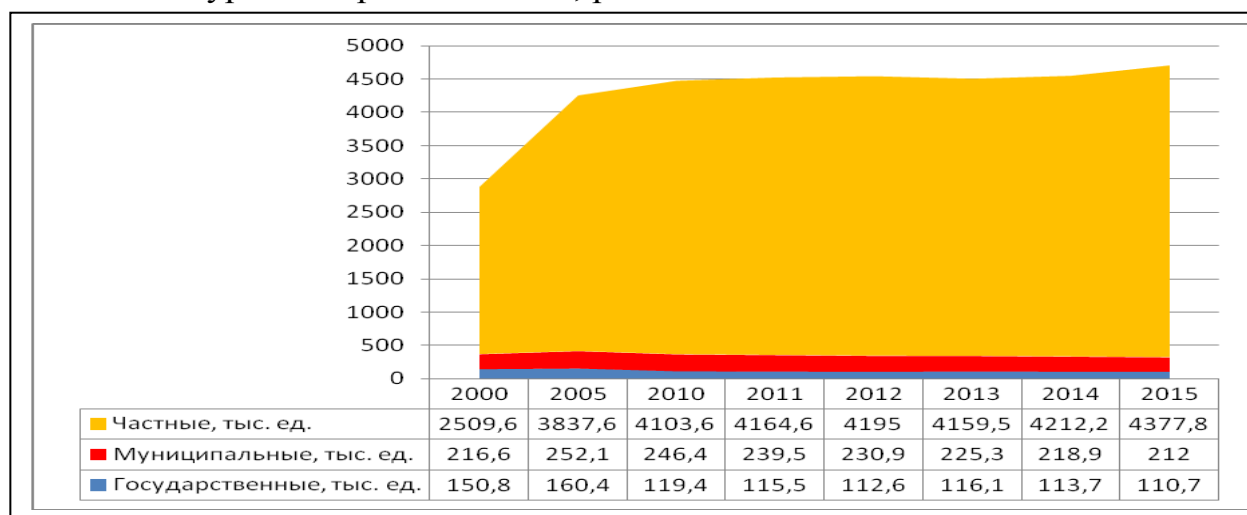


Рис.1.6. Динамика числа частных, государственных и муниципальных организаций в РФ с 2000-2015г.г. [40]

Финансовые показатели деятельности коммерческих организаций России в целом имеют положительную динамику, в частности, сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) ежегодно увеличивается и по данным на конец анализируемого периода составил 8421674 млн. руб., а это на 93,74% выше показателей предыдущего года и на 161,06% превышает показатель 2005 г., рис.1.7.

Однако, некоторые отрасли экономики развиваются не лучшим образом и имеют отрицательный сальдированный финансовый результат. Такими отраслями по данным на 2015г. являются: производство прочих неметаллических минеральных продуктов, обработка древесины и

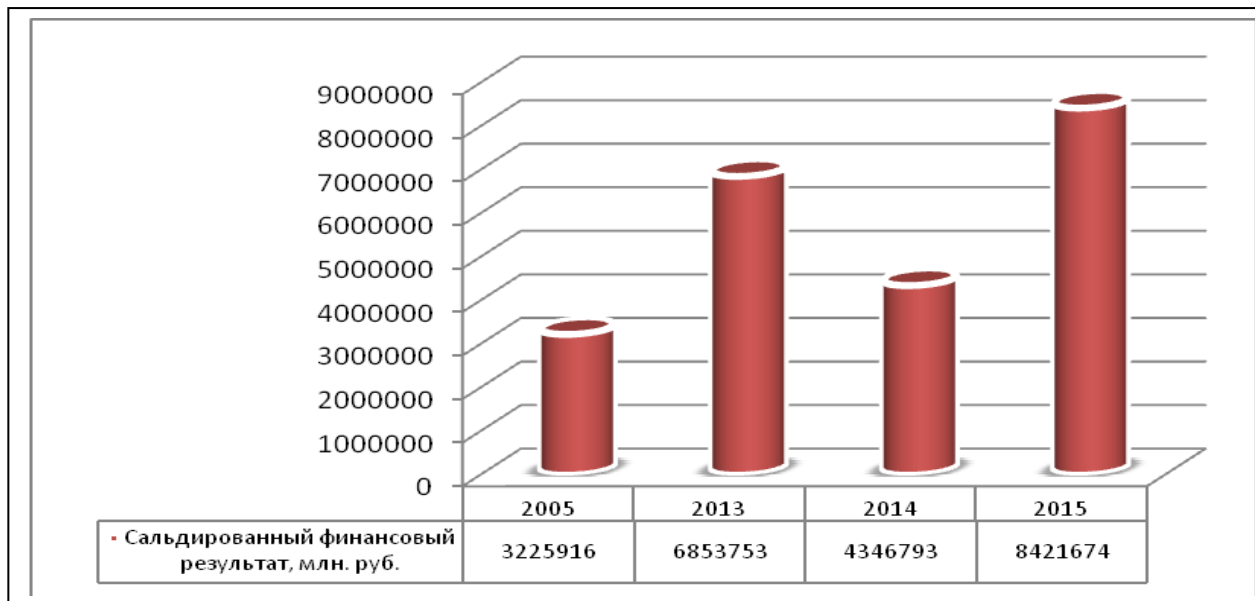


Рис.1.7. Сальдированный финансовый результат деятельности всех коммерческих организаций России с 2005-2015 г.г. [40]

производство изделий из дерева, производство транспортных средств и оборудования, в том числе производство автомобилей, прицепов и полуприцепов, рис.1.8. Хуже рынка выглядит отрасль по оказанию услуг в управлении эксплуатацией жилищного фонда, на протяжении анализируемого периода эта отрасль имеет только отрицательный сальдированный финансовый результат, хотя к концу анализируемого периода минус отрасли уменьшился и составил -199 млн. руб., рис.1.8.

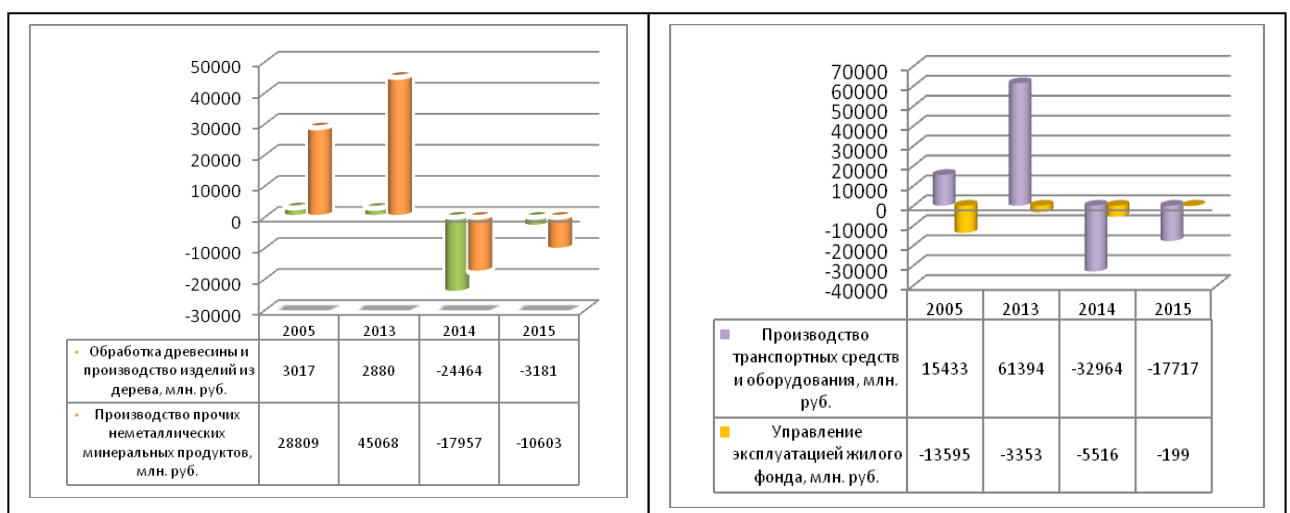


Рис.1.8. Убыточный сальдированный финансовый результат деятельности коммерческих организаций России с 2005-2015 г.г. [40]

Гостиничный и ресторанный бизнес существенно ухудшил финансовые показатели за последние два года и в 2015 году отрицательный сальдированный финансовый результат этой отрасли составил -117494 млн. руб., годом ранее минус составлял -21834 млн. руб.

Несмотря на то, что деятельность некоторых отраслей является убыточной, в целом число убыточных организаций снижается и в 2015 г. составило 15440 ед., а это на 54,72% ниже показателя предыдущего года и на 60,82% ниже показателя начала анализируемого периода, рис.1.9.

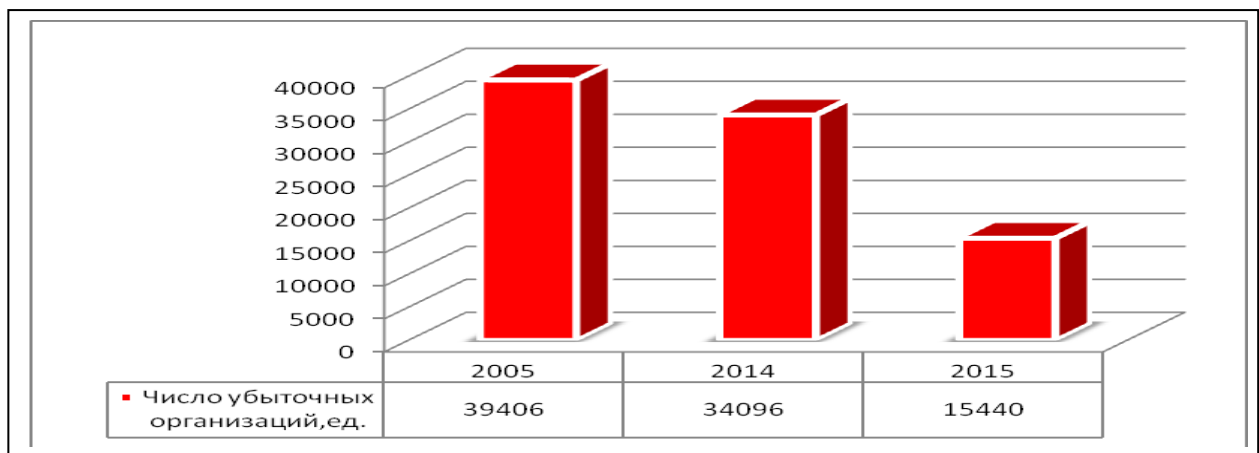


Рис.1.9. Динамика числа убыточных организаций России с 2005-2015 г.г.

Снижается не только число убыточных организаций, но и сумма убытка. В частности, в 2015 г. сумма убытка составила 2832234 млн. руб., а это ниже показателя 2014г. на 53,71%, однако по сравнению с показателем 2005г. наблюдается рост данного показателя более, чем в шесть раз, рис.1.10.

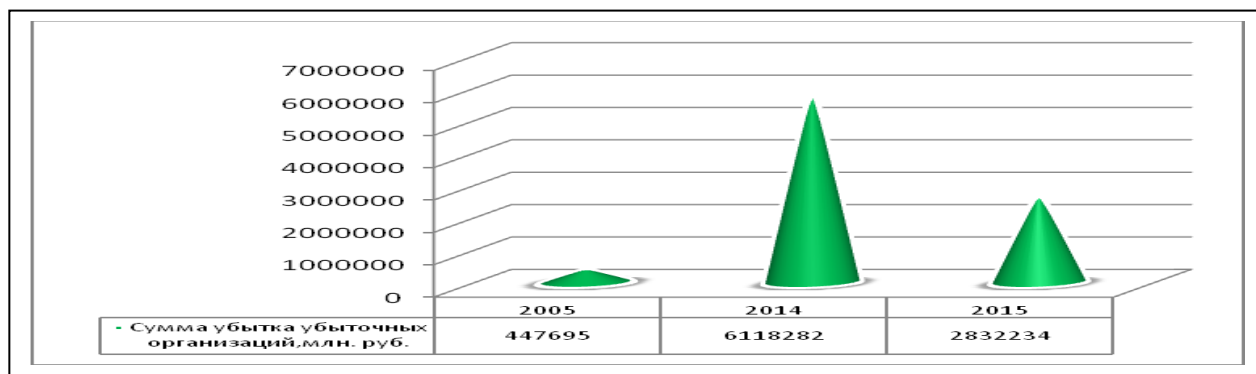


Рис.1.10. Динамика суммы убытка убыточных организаций России с 2005-2015г.г. [40]

Число убыточных организаций произошло по всем видам деятельности, исключением являются такие отрасли как: металлургическое производство и производство готовых металлических изделий; производство автомобилей, прицепов и полуприцепов; торговля автотранспортными средствами и автомобилями. Однако, в целом положительной динамикой является снижение удельного веса убыточных организаций, который по данным на конец анализируемого периода составил 28,1% против 33% годом ранее, а по отношению к показателю 2005 г. снижение доли убыточных организаций в общем числе предприятий составило 8,3%, рис.1.11.

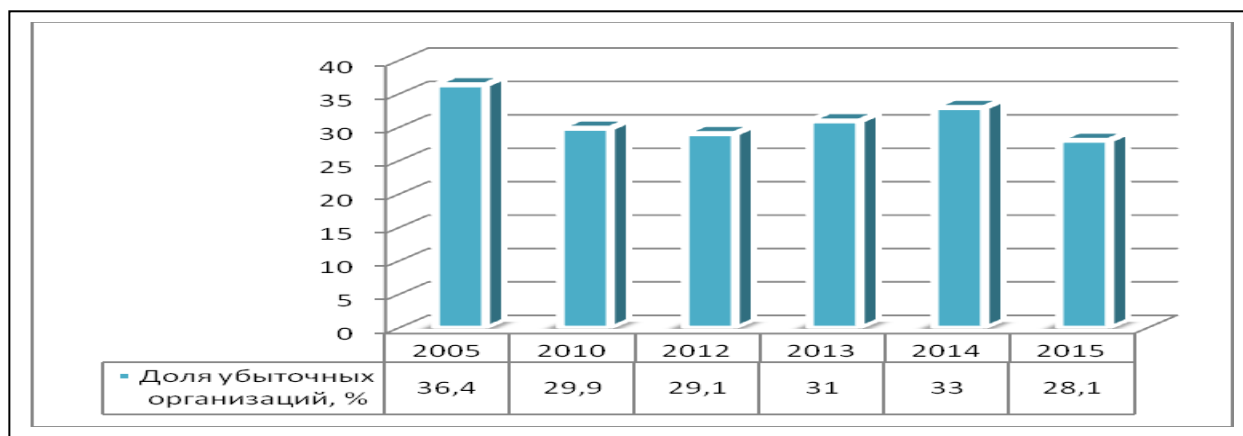


Рис.1.11. Динамика доли убыточных организаций России с 2005-2015г.г.(в процентах от общего количества организаций) [40]

Несмотря на то, что доля убыточных организаций снижается, снижается и сумма убытка, в целом показатели рентабельности коммерческих организаций не высоки и показывают динамику снижения. В частности, рентабельность проданных товаров , работ , услуг снизилась на 4,2% и в 2015 г. составила 9,3%. Однако, по отношению к предыдущему году этот показатель увеличился на 2,0%, рис.1.12. Аналогичная ситуация наблюдается и по рентабельности активов, которая снизилась на конец анализируемого периода на 3,5% и составила 5,0%, однако по сравнению с показателем предыдущего года, произошел рост рентабельности на 2,5%, рис.1.12.

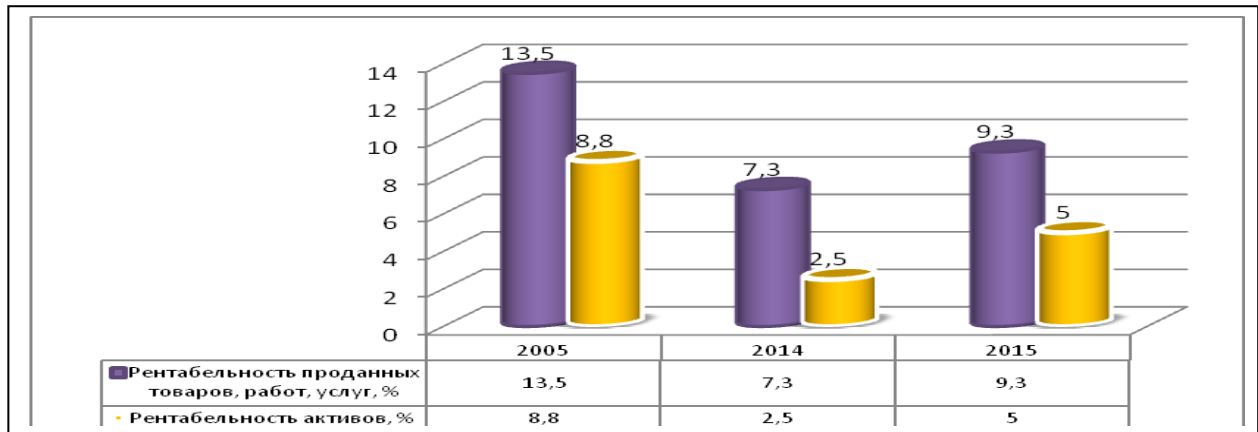


Рис.1.12. Динамика рентабельности проданных товаров, работ, услуг, рентабельности активов коммерческих организаций России с 2005-2015г.г.

Несмотря на то, что в целом показатель рентабельности активов имеет положительное значение, по некоторым отраслям рентабельность активов отрицательна. В частности, к таким отраслям относятся: гостиничный и ресторанный бизнес, управление эксплуатацией жилищного фонда научные исследования и разработки; производство автомобилей, прицепов и полуприцепов, производство транспортных средств и оборудования; производство прочих металлических неминеральных продуктов, обработка древесины и производство изделий из дерева. К отрицательным факторам развития коммерческого предпринимательства можно также отнести и рост задолженности предприятий и организаций, которая к 2015 г. составила 89014617млн. руб., а это более, чем в 6 раз превышает показатель 2005 г. и на 18,39% выше показателей предыдущего года, рис.1.13.

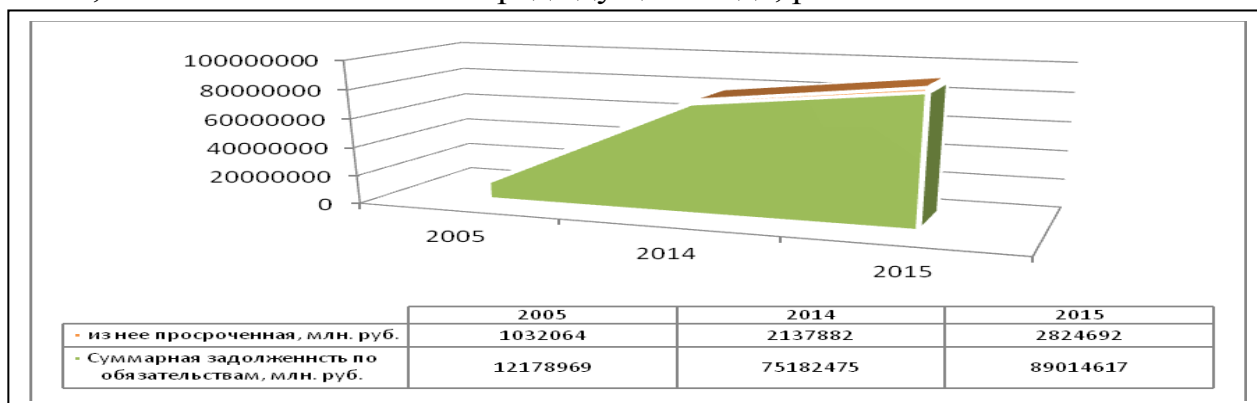


Рис.1.13. Динамика задолженности коммерческих организаций России с 2005-2015 г.г. [40]

Растет не только общая сумма задолженности, но и просроченная, которая более чем в два раза превысила показатель начала анализируемого периода, рисунок 1.16. Следует отметить и тот фактор, что наблюдается рост просроченной задолженности и по заработной плате работникам организаций, рис.1.14.



Рис.1.14. Динамика просроченной задолженности по заработной плате коммерческими организациями России с 2005-2015 г.г. [40]

В частности, по отношению к показателю 2011-2015гг. просроченная задолженность увеличилась в 1,5 раза и составила в 2016 г.(по данным на начало года) 3572 млн. руб. По отношению к 2005 г. произошло снижение долгов по заработной плате работникам организаций. Таким образом, представленный выше анализ по деятельности коммерческих организаций показал, что в целом деятельность нельзя назвать успешной, так как по некоторым отраслям наблюдается отрицательный финансовый результат, растет и количество убыточных организаций в отдельных отраслях, рост просроченной задолженности, в том числе и наличие просроченной задолженности по заработной плате, низкие показатели рентабельности проданных товаров, работ, услуг, а также низкая рентабельность активов, которая в динамике имеет тенденцию к снижению, все это свидетельствует о неэффективном управлении рентабельностью, прибыльностью и финансовой устойчивостью организаций. Повышение уровня рентабельности для коллектива организации означает укрепление финансового положения, а,

следовательно, увеличение средств, направляемых на материальное стимулирование их труда, для управленцев - это информация о результатах применяемой тактики и стратегии о целесообразности ее корректировки. Собственников (акционеров и учредителей) показатель рентабельности интересует с точки зрения прибыльности их паевых и учредительских взносов в составе общих вложений. Если уровень рентабельности возрастает, то возрастает интерес к организации других потенциальных акционеров, цена акций в этом случае тоже возрастает. Кредиторов и заемщиков денежных средств уровень рентабельности и его изменение интересует с точки зрения реальности получения процентов по обязательствам, снижения риска невозврата заемных средств, платежеспособности клиента.

В самом общем виде показатель экономической эффективности можно определить как отношение полученного экономического эффекта (результата) к объему использованных для его получения ресурсов (затрат). В связи с этим при расчете рентабельности как одной из основных характеристик эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятий в числителе формулы используются следующие показатели прибыли: валовой, прибыли от продаж, прибыли до налогообложения, чистой прибыли. В знаменателе формулы берутся ресурсы (инвестиции), имущество (активы), себестоимость реализации товаров (продукции, работ, услуг), выручка от продажи товаров (продукции работ, услуг) и др. Однако, для того, чтобы наиболее полно рассмотреть показатели рентабельности, необходимо перейти к следующему параграфу исследования.

1.2. Система показателей рентабельности

Так как показатели рентабельности - это важнейшие характеристики фактической среды формирования прибыли и дохода предприятий, то по этой причине они являются обязательными элементами сравнительного анализа и оценки финансового состояния предприятия. При анализе

производства показатели рентабельности используются как инструмент инвестиционной политики и ценообразования. Показатель рентабельности взаимосвязан со всеми показателями эффективности производства, в частности, с себестоимостью продукции, фондоемкостью продукции и скоростью оборачиваемости капитала. Все показатели рентабельности могут рассчитываться на основе различных видов прибыли. На сегодняшний день существует множество показателей рентабельности, наиболее известными из них являются: рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность производства, рентабельность собственного капитала, рентабельность подрядных услуг, рентабельность инвестиций, чистая рентабельность, бухгалтерская рентабельность от обычной деятельности, валовая рентабельность, рентабельность переменного капитала и др., табл.1.1. Рассмотрим кратко характеристику некоторых видов показателей рентабельности.[45]

Рентабельность продаж является индикатором ценовой политики компании и её способности контролировать издержки. Различия в конкурентных стратегиях и продуктовых линейках вызывают значительное разнообразие значений рентабельности продаж в различных компаниях. Часто используется для оценки операционной эффективности компаний.[34]

Рентабельность инвестиций – это показатель, оценивающий, какая прибыль была получена от изначальных инвестиций, то есть это соотношение между получившейся прибылью и суммой первоначальных вложений. Рентабельность капитала -это параметр, показывающий, насколько эффективно используются собственные средства предприятия. В данном случае она высчитывается как отношение между чистой прибылью и суммой уставного капитала. Рентабельность производства- экономический показатель, характеризующий целесообразность того или иного вида бизнеса.

Таблица 1.1

Показатели, характеризующие прибыльность (рентабельность)

Наименование показателя	Способ расчета	Пояснения
Рентабельность продаж	$R_1 = \frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{выручка от продаж}} \times 100\%$	Показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции
Бухгалтерская рентабельность от обычной деятельности	$R_2 = \frac{\text{прибыль до налогообложения}}{\text{выручка от продаж}} \times 100\%$	Показывает уровень прибыли до выплаты налога
Чистая рентабельность	$R_3 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{выручка от продаж}} \times 100\%$	Показывает, сколько чистой прибыли приходится на единицу продукции
Экономическая рентабельность	$R_4 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{средняя стоимость имущества}} \times 100\%$	Показывает эффективность использования всего имущества организации
Рентабельность собственного капитала	$R_5 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{средняя стоимость собственного капитала}} \times 100\%$	Показывает эффективность использования собственного капитала
Валовая рентабельность	$R_6 = \frac{\text{прибыль валовая}}{\text{выручка от продаж}} \times 100\%$	Показывает, сколько валовой прибыли приходится на единицу выручки
Затратоотдача	$R_7 = \frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{затраты на производство и реализацию продукции}} \times 100\%$	Показывает, сколько прибыли от продажи приходится на 1 руб. затрат
Рентабельность переменного капитала	$R_8 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\left(\frac{\text{средняя стоимость собственного капитала}}{\text{собственного капитала}} \right) + \left(\frac{\text{средняя стоимость долгосрочных обязательств}}{\text{долгосрочных обязательств}} \right)} \times 100\%$	Показывает эффективность использования капитала, вложенного в деятельность организации на длительный срок
Коэффициент устойчивости экономического роста	$R_9 = \frac{\frac{\text{чистая прибыль} - \text{выплачиваемые дивиденды}}{\text{акционерам}}}{\text{средняя стоимость собственного капитала}} \times 100\%$	Показывает, какими темпами увеличивается собственный капитал за счет финансово-хозяйственной деятельности

В данном случае мы говорим о соотношении между затратами производства и полученной в итоге чистой прибылью. Рентабельность производства может рассчитываться как отношение прибыли от реализации к сумме затрат на производство и реализацию продукции. Коэффициент показывает, сколько прибыли предприятие имеет с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Этот показатель может рассчитываться как в целом по предприятию, так и по его отдельным подразделениям или видам продукции.

Рентабельность продукции (товара) – соотношение между прибылью от продажи товара и средствами, затраченными на его изготовление (производство). Показатель характеризует насколько выгодным является производство того или иного товара или услуги. Общая рентабельность активов (оборотных и внеоборотных)-это характеристика, показывающая, какие денежные средства были привлечены компанией для получения прибыли в 1 рубль. Рентабельность подрядных услуг -этот показатель может использоваться для конкурсной оценки эффективности каждого из подрядчиков, а также для оценки экономии от предоставления услуги. Рассчитывается как отношение разницы затрат при непредоставлении и предоставлении услуги к затратам при предоставлении услуги.

Рентабельность собственного капитала -это относительный показатель эффективности деятельности, частное от деления чистой прибыли, полученной за период, на собственный капитал организации. Один из финансовых коэффициентов, входит в группу коэффициентов рентабельности. Показывает отдачу на инвестиции акционеров с точки зрения учетной прибыли.

Таким образом, выше были кратко описаны сущность коэффициентов рентабельности. Следует отметить, что показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предприни-

мательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Они более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Показатели рентабельности служат не только для оценки деятельности предприятия, но и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании. При этом различают: 1) показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек производства и инвестиционных проектов; 2) показатели, характеризующие рентабельность продаж; 3) показатели, характеризующие доходность капитала и его частей. Все эти показатели могут рассчитываться на основе балансовой прибыли, прибыли от реализации продукции, чистой прибыли, капитала, выручки от реализации и других экономических показателей. Рассмотрим кратко сущность этих показателей.

Экономическая прибыль - это разность между доходом предприятия и его экономическими издержками. Экономические издержки включают явные (бухгалтерские), которые отражаются полностью в бухгалтерском учете предприятия, и неявные (имплицитные) издержки, которые характеризуют альтернативные издержки использования ресурсов предприятия, т.е. не оплачиваемые издержки.[31]

Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) определяется как разность между выручкой, полученной от продажи товаров, произведенной продукции (работ, услуг) и себестоимостью этой продукции (работ, услуг). Доходы от реализации состоят из выручки от реализации: товаров (работ, услуг) собственного производства; ценных бумаг, не обращающихся на организованном рынке; покупных товаров; финансовых инструментов срочных сделок, не обращающихся на организованном рынке; основных средств; товаров (работ, услуг) обслуживающих производств и хозяйств; другого имущества и имущественных прав.

Прибыль, полученная от реализации амортизируемого имущества, определяется как выручка от реализации этого имущества минус остаточная стоимость данного имущества и расходы, связанные с его реализацией. Прибыль от реализации прочего имущества равна разнице между полученным доходом от реализации соответствующего имущества, стоимости приобретения этого имущества и расходов, связанных с реализацией данного имущества.

Прибыль от реализации покупных товаров, предназначенных для последующей продажи, определяется как доход, полученный от реализации данных товаров, минус стоимость приобретенных товаров, определенных в соответствии с учетной политикой предприятия, и расходы, связанные с реализацией, хранением, обслуживанием и транспортировкой данных товаров.

Прибыль от продаж - это результат, полученный от реализации произведенной продукции (работ, услуг), имущества предприятия и товаров, предназначенных для продажи, и т.д. Ее определяют путем вычитания из валовой прибыли коммерческих и управленческих расходов. Прибыль до налогообложения включает прибыль от продаж и разницу, полученную по операционным доходам и расходам, внереализационным доходам и расходам, чрезвычайным доходам и расходам. Остающаяся в распоряжении предприятия после внесения налогов и других платежей в бюджет прибыль характеризует конечный финансовый результат деятельности предприятия и называется чистой прибылью. Процесс формирования прибыли представлен на рис. 1.15. Показатели прибыли могут определяться по различным направлениям деятельности предприятия, видам продукции, отдельным проектам. Сравнение соответствующих показателей прибыли, оценка их динамики позволяют обосновать управленческие решения, выработать стратегию развития предприятия; обосновать расходы на производство и реализацию продукции, производственную программу предприятия.

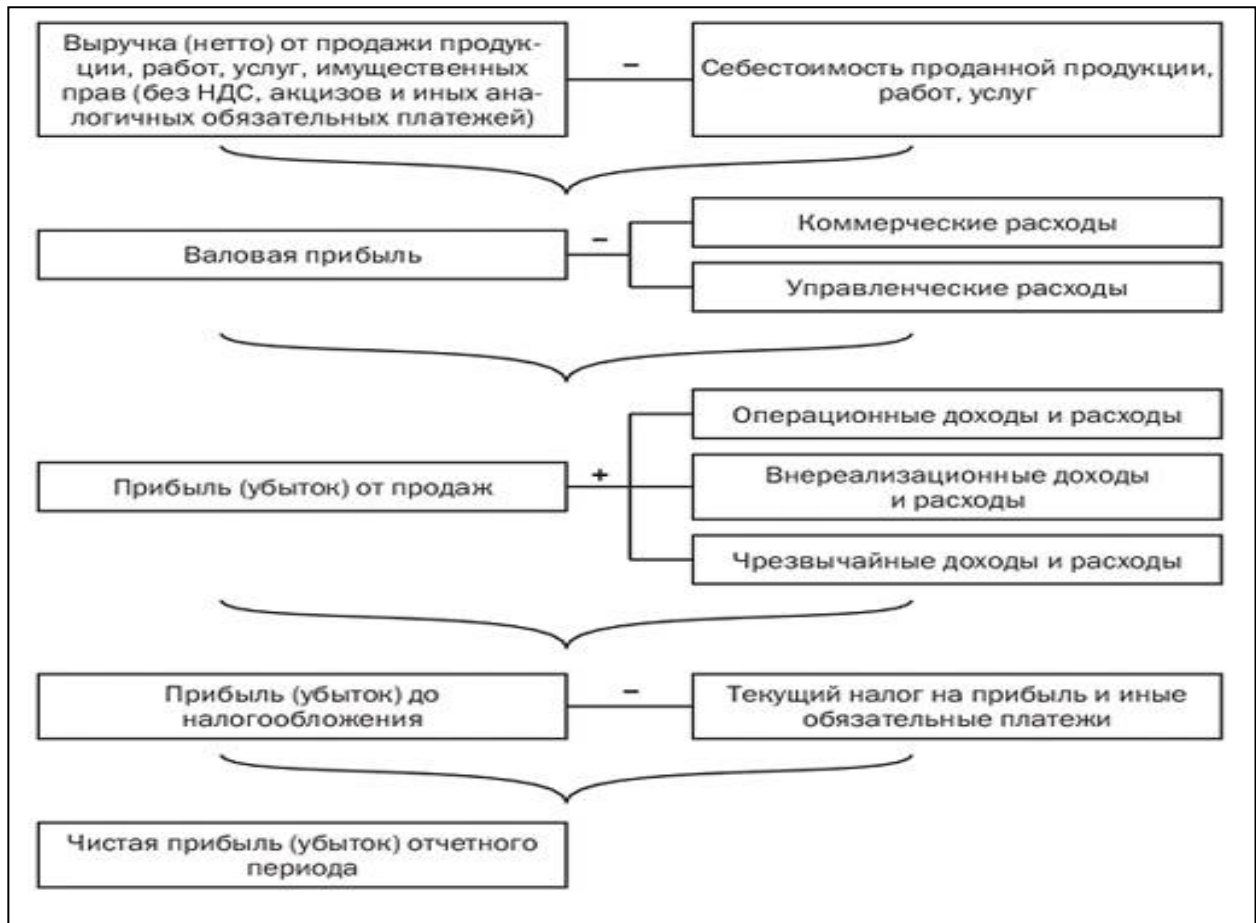


Рис.1.15.Процесс формирования прибыли предприятия[15]

Следует отметить, что прибыль предприятия как категория рыночных отношений выполняет важнейшие функции, в частности, характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия; является основным элементом финансовых ресурсов предприятия; является источником формирования бюджетов разных уровней.

Не менее важными в расчете коэффициентов рентабельности являются показатели капитала и его структуры. Данные о капитале предприятия представлены в пассиве баланса. При этом по структуре капитал предприятия делится на собственный и заемный, рис.1.16. Собственный капитал и резервы включают вложенный капитал и накопленную прибыль. Вложенный капитал - это капитал, инвестированный собственником (уставный капитал, добавочный капитал, целевые поступления). Собственный капитал предприятия - это нераспределенная прибыль, резервный капитал, различные фонды.

Собственный капитал		Заемный капитал
Дает такое право	Непосредственное право на участие в управлении предприятием	Не дает такого права
Увеличение доли собственного капитала снижает финансовый риск	Отношение к финансовому риску	Увеличение доли заемного капитала увеличивает финансовый риск
По остаточному принципу	Право на получение прибыли	Первоочередные
По остаточному принципу	Очередность удовлетворения требований при банкротстве	Первоочередные
Однозначно не установлены	Срок и условия оплаты и возврата капитала	Четко определены кредитным соглашением
Долгосрочные активы	Основное направление финансирования	Краткосрочные активы
Такая возможность отсутствует	Снижение налога на прибыль за счет отнесения финансовых издержек на затраты	Такая возможность присутствует
Внутренние и внешние источники	Источники финансирования	Внешние источники финансирования (за исключением кредиторской задолженности)
Доход владельца капитала непосредственно связан с финансовым результатом	Связь дохода владельца капитала с прибылью предприятия	Доход владельца капитала не связан с финансовым результатом

Рис.1.16. Различия между собственным и заемным капиталом предприятия

Накопленная прибыль - это прибыль за вычетом налогов и дивидендов, которую предприятие заработало в предшествующий и настоящий период.

Заемный капитал в структуре капитала предприятия состоит из краткосрочных и долгосрочных обязательств. Долгосрочные обязательства - это кредиты и займы со сроком погашения более года. Краткосрочные обязательства - это обязательства со сроком погашения менее 1 года (например, краткосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность).

Структура капитала, используемого предприятием, определяет многие аспекты не только финансовой, но также операционной и инвестиционной деятельности, оказывает активное воздействие на конечный результат этой деятельности. Она влияет на показатели рентабельности активов и собственного капитала, коэффициенты финансовой устойчивости и ликвидности, формирует соотношение доходности и риска в процессе развития предприятия. [11]

Таким образом, так как для оценки показателей рентабельности применяются различные показатели дохода, прибыли, капитала предприятия, то следовательно, основными факторами, влияющие на рентабельность предприятия являются ресурсы, способствующие улучшению управления доходностью компании и структуры управления капиталом. Однако, для того, чтобы наиболее полно рассмотреть сущность факторов, оказывающих влияние на показатели рентабельности, необходимо перейти к следующей части исследования.

1.3. Факторы, влияющие на рентабельность

Как уже было описано выше, для оценки показателей рентабельности применяются различные экономические показатели предприятия: выручка, различные показатели прибыли, капитал предприятия. Таким образом, основными факторами, влияющими на рентабельность являются: показатели

роста объема продаж и снижения затрат предприятия, а также увеличение суммы капитала и изменения его структуры. В целом, укрупнено, управление рентабельностью предприятия и ее повышение может быть обеспечено за счет эффективного управления: 1) продажами; 2) затратами; 3) капиталом организации, рис.1.17.



Рис.1.17. Основные факторы, влияющие на рентабельность предприятия

В то же самое время, темпы роста объемов продаж и производительности должны опережать темпы роста затрат предприятия, а структура капитала организации должна быть построена оптимальным образом, в целях повышения рентабельности как собственного капитала, так

и в целом капитала предприятия. Иначе говоря, для повышения рентабельности, компания должна эффективно управлять всеми ресурсами организации, в том числе и материальными, трудовыми, информационными, финансовыми и др. Рассмотрим подробнее основные факторы, способствующие эффективному управлению предприятием и повышению рентабельности.

Для повышения выручки от продаж предприятия является необходимым совершенствование стратегии продукта, ценообразования, продвижения и стимулирования сбыта, а также стратегии качества товаров, рис.1.18.

Товарная стратегия –это стратегия управления ассортиментом товаров (групп товаров), услуг предприятия. При разработке товарной политики главными проблемами являются: инновации (создание новых товаров или обновление существующих), обеспечение качества и конкурентоспособности товаров, создание и оптимизация товарного ассортимента, решение вопросов о товарных марках, создание эффективной упаковки (для соответствующих видов продукции), анализ жизненного цикла товара и управление им. [20]

Управление качеством производимого продукта направлено на гибкое реагирование организации на предпочтения потребителей. В зависимости от специфики организационных ценностей, замыкающихся на стратегию продукта, политика управления качеством реализуется в различных вариантах. Стратегия продвижения продукции (услуг) направлена на реализацию товаров и включает в себя различные рекламные мероприятия, систему стимулирования сбыта (акции, скидки, бонусы), ценовую политику организации. Ценовая политика разрабатывается с учетом целей компании, внешних и внутренних факторов, влияющих на ценообразование, характера спроса, издержек производства, распределения и реализации товара, ощущаемой и реальной стоимости товара, политики конкурентов и т.д. Разработка ценовой политики включает установление исходной цены на

товар и своевременное изменение цен с помощью приведения их в соответствии с изменяющимися рыночными условиями, возможностям компании, ее стратегическим целям и задачам. [22]



Рис.1.18. Основные факторы, способствующие увеличению объемов продаж предприятия

Сбытовая политика – главная задача в разработке сбытовой политики – это выбор канала распределения товара (сбытового канала) и принятие решения о стратегии сбыта. Выбор сбытового канала сопряжен с вопросом о способе сбыта – через посредников (косвенный сбыт), без посредников (прямой сбыт). Канал распределения – это, в сущности, путь движения товара от производителя к потребителю. На протяжении этого пути торговые организации или отдельные лица берут на себя (или передают) право собственности на товар до его продажи потребителю. Следует отметить, что

существуют три разновидности стратегий: интенсивный сбыт—это стратегия сбыта потребительских товаров повседневного спроса, предназначенных для широкого круга покупателей; исключительный сбыт— организуется как распределение новых товаров, которые позиционируются как эксклюзивные дорогостоящие модели; селективный сбыт— сопряжен с оптимизацией количества торговых посредников таким образом, чтобы обеспечить требуемый охват рынка и в то же время осуществлять контроль за работой оптовика или розничного торговца.

Таким образом, увеличение выручки от реализации может быть достигнуто за счет стратегий: товарной, ценовой, стимулирования сбыта и продвижения, а также стратегии качества товаров (услуг). [30]

Однако, не менее важными показателями при расчете и росте рентабельности являются показатели доходности, которые зависят не только от объемов реализации, но и от прибыли. На прибыль компании существенное влияние оказывает сумма затрат предприятия. При этом целесообразно выделить затраты предприятия по видам: затраты на производство и реализацию продукции, коммерческие и управленческие расходы и др.

Себестоимость продукции может включать в себя расходы на необходимые для производства материалы, заработную плату рабочих, возможные накладные расходы и т.д. Все затраты могут быть отнесены на себестоимость различным способом, именно по этому критерию они подразделяются на косвенные и прямые.

Прямыми расходами принято называть расходы, которые можно отнести на конкретный вид готовой продукции, услуг или работ экономически обоснованным способом. В себестоимость продукции в качестве прямых затрат входят затраты на материалы или сырье, а также заработную плату рабочих и др. Косвенными расходами называют такие расходы, которые не имеют прямого отношения к определенному виду

готовой продукции, услуг или работ, такие расходы могут относиться сразу к нескольким объектам затрат, например, затраты на обслуживание и управление отдельных подразделений производства. [36]

Коммерческие расходы включают в себя: услуги по упаковке на складе уже готовой продукции; транспортировку; осуществление погрузки и разгрузки товаров с транспортных средств; маркетинговые расходы; страхование продукции, оплату труда работников торговых компаний; затраты на комиссионные вознаграждения; затраты на аренду и содержание помещений, в которых хранятся товары до момента сбыта; аренду торговых площадей и складских помещений для размещения готовой продукции; представительские расходы, оплату труда продавцов компании, занимающейся изготовлением продукции; страхование коммерческих рисков; подобные затраты, направленные на реализацию товаров.

Управленческие расходы – это необходимые для управления организацией средства, которые составляют часть текущих расходов предприятия и влияют на формирование себестоимости продукции. Они также могут рассматриваться как периодические расходы, которые не относятся к производственному процессу, а необходимы для поддержания имущественно-финансового комплекса предприятия в отчетном периоде. В таком случае их относят к операционным расходам либо же – к убыткам компании. В составе управленческих расходов, в частности, отражают затраты на: арендную плату за помещения общехозяйственного назначения; содержание административно-управленческого аппарата; покупку канцелярских товаров, инвентаря и других материалов, необходимых для нужд управления; оплату информационных, аудиторских, консультационных услуг; подготовку и переподготовку кадров; содержание общехозяйственного персонала, не связанного с производственным процессом; по амортизационным отчислениям и расходам на ремонт основных средств управленческого и общехозяйственного назначения. [44]

Таким образом, выше были рассмотрены классификация основных видов затрат предприятия. Как уже было описано выше, от того, на сколько низкими будут затраты предприятия, будет зависеть и финансовый показатель организации. Следовательно, еще одним фактором, влияющим на рост рентабельности является эффективное управление затратами организации. При этом снижение затрат организации может быть достигнуто за счет экономии затрат на все ресурсы предприятия.

Не менее важным показателем при оценке рентабельности является - капитал, который как уже было описано различается по различным признакам, прил.1. Однако, эффективное управление капиталом предприятия представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с оптимальным его формированием из различных источников, а также обеспечением эффективного его использования в различных видах хозяйственной деятельности предприятия. Управление капиталом предприятия направлено на решение следующих основных задач, представленных на рис.1.19. Более подробная характеристика задач управления капиталом предприятия представлена в прил.1.

Основной целью формирования капитала создаваемого предприятия является привлечение достаточного его объема для финансирования приобретения необходимых активов, а также оптимизация его структуры с позиций обеспечения условий последующего эффективного использования. Процесс формирования капитала создаваемого предприятия имеет ряд особенностей, основными из которых являются следующие: к формированию капитала создаваемого предприятия не могут быть привлечены внутренние источники финансовых средств, которые на этой стадии его жизненного цикла отсутствуют; основу формирования стартового капитала создаваемого предприятия составляет собственный капитал его учредителей; стартовый капитал, формируемый в процессе создания нового предприятия, может быть

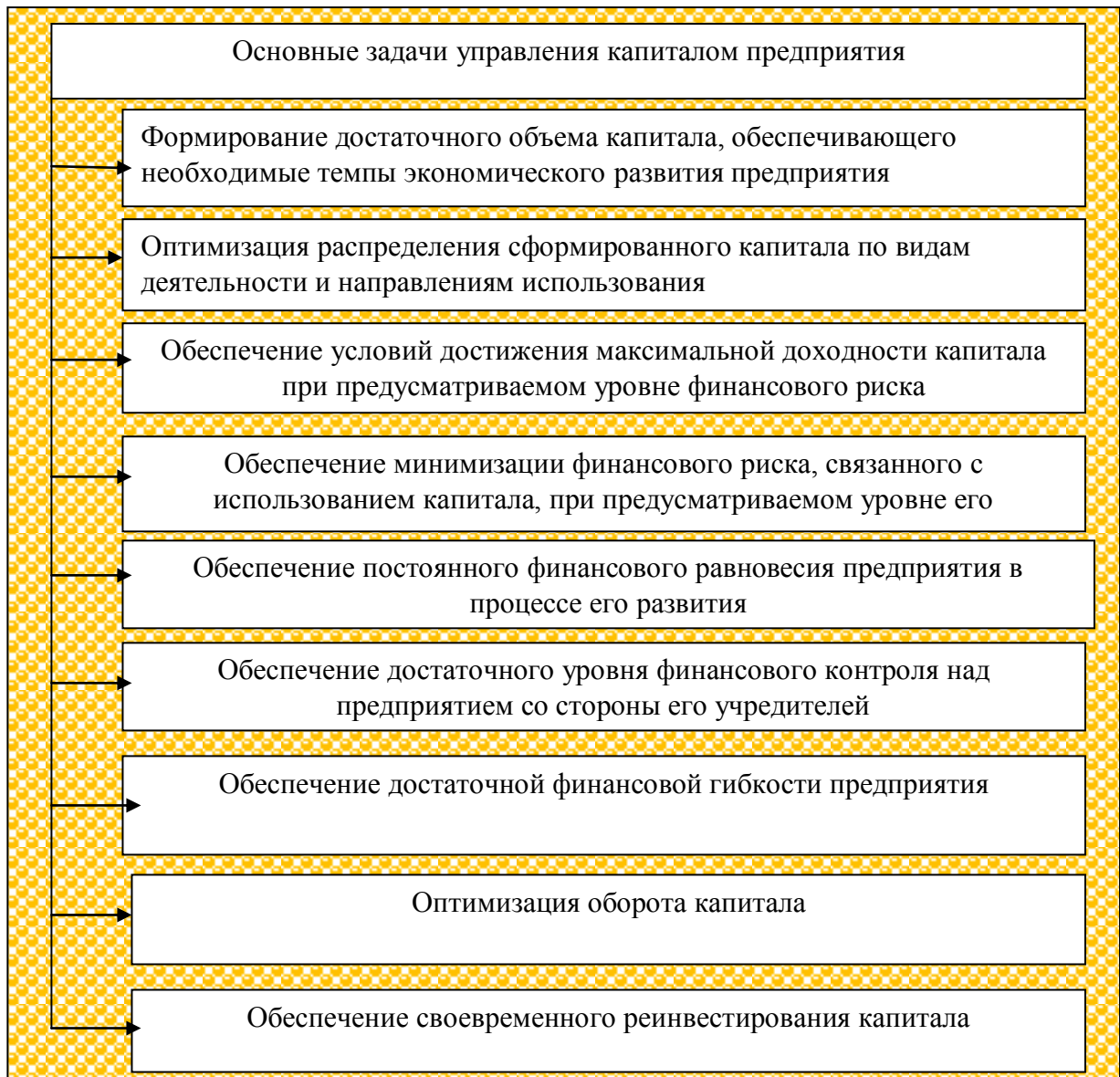


Рис.1.19. Основные задачи управления капиталом предприятия

привлечен его учредителями в любой форме; собственный капитал учредители (участников) создаваемого предприятия вкладывается в него в форме уставного капитала; особенности формирования уставного капитала нового предприятия определяются организационно-правовыми формами его создания; возможности и круг источников привлечения заемного капитала на стадии создания предприятия крайне ограничены; формирование капитала создаваемого предприятия за счет заемных и привлеченных источников требует, как правило, подготовки специального документа – бизнес-плана; для подготовки бизнес-плана учредители создаваемого предприятия должны осуществить определенные предстартовые расходы капитала; риски,

связанные с формированием (и последующим использованием) капитала создаваемого предприятия характеризуются довольно высоким уровнем. Начальным этапом управления формированием капитала создаваемого предприятия является определение потребности в необходимом его объеме. Недостаточный объем формирования капитала на этом этапе существенно удлиняет период открытия и освоения производственных мощностей нового предприятия, а в ряде случаев вообще не дает возможности начать его операционную деятельность. В то же время избыточный объем формируемого капитала приводит к последующему неэффективному использованию активов предприятия, снижает норму доходности этого капитала. В связи с изложенным, определение общей потребности в капитале создаваемого предприятия носит характер оптимизационных ее расчетов. Оптимизация общей потребности в капитале создаваемого предприятия представляет собой процесс расчета реально необходимого объема финансовых средств, которые могут быть эффективно использованы на первоначальной стадии его жизненного цикла.

Оптимизация общей потребности в капитале создаваемого предприятия достигается различными методами, основными из которых являются: балансовый метод, метод аналогий, метод удельной капиталоемкости, прил.2.

На выбор схемы финансирования и конкретных источников формирования капитала создаваемого предприятия оказывает влияние ряд объективных и субъективных факторов. Основными из этих факторов являются: организационно-правовая форма создаваемого предприятия; отраслевые особенности операционной деятельности предприятия; размер предприятия; стоимость капитала, привлекаемого из различных источников; свобода выбора источников финансирования; конъюнктура рынка капитала; уровень налогообложения прибыли; мера принимаемого учредителями риска при формировании капитала; задаваемый уровень концентрации

собственного капитала для обеспечения требуемого финансового контроля, прил.4. Учет перечисленных факторов позволяет целенаправленно избирать схему финансирования и структуру источников привлечения капитала при создании предприятия. [34]

Рассмотрим сущность управления стоимостью капитала. Концепция стоимости капитала состоит в том, что как фактор производства в инвестиционный ресурс капитал в любой своей форме имеет определенную стоимость, уровень которой должен учитываться в процессе его вовлечения в экономический процесс.

Процесс оценки стоимости капитала последовательно осуществляется на предприятии по следующим трем этапам: 1)Оценка стоимости отдельных элементов собственного капитала предприятия;2)Оценка стоимости отдельных элементов привлекаемого предприятием заемного капитала; 3)Оценка средневзвешенной стоимости капитала предприятия, прил.3.

Управление структурой капитала предполагает оптимальное соотношение собственного и заемного капитала. Оптимальная структура капитала представляет собой такое соотношение использования собственных и заемных средств, при котором обеспечивается наиболее эффективная пропорциональность между коэффициентом финансовой рентабельности и коэффициентом финансовой устойчивости предприятия, т.е. максимизируется его рыночная стоимость, прил.3. Знание механизма воздействия финансового капитала на уровень прибыльности собственного капитала и уровень финансового риска позволяет целенаправленно управлять как стоимостью, так и структурой капитала предприятия. [28]

Таким образом, выше были рассмотрены основные факторы, способствующие увеличению показателей рентабельности предприятия. Укрупненно их можно объединить в три группы: управление товарооборотом (выручкой) предприятия; управление затратами и капиталом организации. От того, на сколько эффективно будет построен процесс продаж в организации,

оптимизированы все виды затрат и оптимально построена структура капитала, будет зависеть положительная динамика всех видов показателей рентабельности. Однако, для того, чтобы провести анализ показателей рентабельности на примере анализируемого предприятия и разработать пути оптимизации, необходимо перейти к следующей главе исследования.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ГБУЗ «ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТНОЙ КЛИНИЧЕСКИЙ НАРКОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСПАНСЕР»

2.1. Организационно-экономическая характеристика деятельности ГБУЗ

«Тверской областной клинический наркологический диспансер»

2.2. Оценка показателей рентабельности медицинской организации ГБУЗ

«Тверской областной клинический наркологический диспансер»

2.3. Мероприятия по повышению рентабельности медицинской

организации «ГБУЗ «Тверской областной клинический

наркологический диспансер»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

(примерный)

1. Антикризисное управление: учебное пособие/ Под ред. Э.М. Короткова.- М. : «ИНФРА-М», 2013.- 618с.
2. Абрютин М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебно-практическое пособие / М.С. Абрютин, А.В. Грачев.- 8-е изд., перераб. и доп.- М. : Издательство «Дело и Сервис», 2012.-272с.
3. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности: учебно-методический комплекс/Под ред. Л.М. Полковского.- М.: «Финансы и статистика», 2013.- 384с.

4. Абрютин, М.С. Экономический анализ торговой деятельности: Учебное пособие, М.: Дело и сервис, 2012г. 508 с.
5. Антикризисное управление/под ред. Г.К. Таля, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2012 г.
6. «Анализ хозяйственной деятельности предприятий» Савицкая Г.В.: Учебник- 2 –е изд., испр.-Мн.:ИП «Экоперспектива», 2013 г.-494 с.
7. Баканов М.И., Шеремет А.Д. «Теория экономического анализа» Москва, 2013 г.
8. Баканов М.И. Теория экономического анализа : учебник для экон. вузов / М.И. Баканов.- 6-е изд., перераб. и доп.- М. : «Финансы и статистика», 2012.- 415с.
9. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта: учебное пособие / И.Т. Балабанов. - М.: «Финансы и статистика», 2013.- 184с.
- 10.Бланк И.А. Управление торговым предприятием. - М.: ТАНДЕМ, 2012г. 415 с.
- 11.Бланк И. А. Управление использованием капитала. - К.: Ника-Центр, 2014.- 656 с.
- 12.Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. т.2. – К.:Эльга, Ника – Центр, 2012. – 175с.
- 13.Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия – К.:Эльга, Ника – Центр, 2011. – 481с.
- 14.Бочаров В.В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций. М.: Финансы и статистика, 2013. – 144 с.
- 15.Бланк И.А. Управление финансовой стабилизацией предприятия – К.: Ника – Центр, 2014г. – 496с
- 16.Бернштейн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация.2015г.

- 17.Бочаров В.В. Финансовый анализ : учебное пособие / В.В. Бочаров.- 4-е изд., доп. и перераб.- СПб.: «Питер», 2015.- 218с.
- 18.Быкадоров В. А., Алексеев А. Д. Финансово-экономическое состояние предприятия. Практическое пособие. М.: Приор, 2014г.
- 19.Балабанов И.Т. «Финансовый менеджмент»: Учебник.-М.: Финансы и статистика, 2013г.224 с.
- 20.Багиев Г.Л., В.М.Тарасевич, Х.Анн; Под ред. Г.Л.Багиева: Маркетинг: Учебник для Вузов. Рубрика: Маркетинг (планирование деятельности). Брендинг, 2013 г. – 733 с.
- 21.Баринов В. А. Стратегический менеджмент: [Учеб. пособие]/ В.А. Баринов, В.Л. Харченко; Целевое назначение: Учебники и учеб. пособ.д/ высшей школы(ВУЗы) ИНФРА-М 2014 г. – 284 с.
- 22.Бандурин А.В. Стратегический менеджмент организации [Текст] / А.В. Бандурин, Б.А. Чуб. - М: ИНФРА 2012г. - 272 с.
- 23.Ван Хорн Дж.К. Основы управления финансами: Пер.с англ. М.: Финансы и статистика, 2013. – 180с.
- 24.Горемыкин В.А. Планирование на предприятии: Учебник, изд. 2-е, испр. и доп. – М., 2013г. – 528 с.
- 25.Грузинов В.П., Грибов В.Д. «Экономика предприятия»/ учебное пособие.-М.: Финансы и статистика, 2014 г.-208 с.
- 26.Есипов В., Маховикова Г., Терехова В. Оценка бизнеса.- СПб.: Питер, 2015 г.
- 27.Ионова А.Ф. Финансовый анализ: Учеб. – М.: ТК Велби, Издательство Проспект,2015г.
- 28.Ковалев А.П. Как оценить имущество предприятия.- М.: Финстатинформ, 2013 г.
- 29.Курганская Н.И., Волкова Н.В.. Вишневская О.В. Планирование и анализ производственной деятельности. – Ростов н/Д.: Феникс, 2013г. – 320 с.

30. Котлер Ф. «Основы маркетинга». Москва. «Прогресс», 2012 г.-736 с.
31. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. - 4-е изд., перераб. и доп. - М: Финансы и статистика, 2014 г.
32. Крейнина М.Н. «Финансовое состояние предприятия. Методы оценки». М., 2014 г.
33. Кнорринг А.И. Теория, практика и искусство управления. – М.: Дело, 2012г. – 199 с.
34. Любушин Н. П. Анализ финансового состояния организации. М 2011г.
35. Маренков Н. Л. Антикризисное управление/ Н. Л. Маренков, В. В. Касьянов.- М., Ростов н/Д: Феникс, 2014г.
36. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П., Маркарьян С.Э. Экономический анализ хозяйственной деятельности (Учебное пособие), Ростов-на-Дону: «Феникс», 2015г.
37. Маркетинг: учебник/А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. под ред. А.Н. Романова.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2013 г.-560 с.
38. Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): Учебник/под ред. В.И. Кошкина.-М., 2014 г.
39. Оценка предприятия: теория и практика: учебное пособие/под ред. В.В. Григорьева, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2012 г.
40. Россия в цифрах. Статистический сборник. 2016 г. [электронная версия]// www.gks.ru
41. Фатхутдинов Р.А. «Стратегический менеджмент» :учебник для вузов.- 3-е изд. ,-М.: ЗАО «Бизнес-школа» «Интел-Синтез», 2009 г. 416 с.
42. Фатхутдинов Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товара. - М., 2013. - 55 с.
43. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха / Х. Хершен – М.: ИНФРА – М, 2014. – 334с.

- 44.Шеремет А.Д., Д.Е. Сейфулин «Методика финансового анализа предприятия». М., 2012 г.
- 45.Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебное пособие д/вузов / Л.Н. Чечевицына, И.Н. Чуев. Ростов н/Д: Феникс, 2012г.
- 46.Экономика предприятия: Учебник для вузов/ Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля. - М.:Банки и биржи, Юнити, 2011г.
- 47.Экономика предприятия»: Учебник/под ред. Проф. О.И. Волкова. -М.: ИНФРА-М, 2013 г.-416 с.
- 48.Экономика: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. / под ред. А.С. Булатова. – М.: Юристъ, 2012.- 896 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ