

www.diplomstudent.net



Дипломные работы на заказ

**от автора
без предоплаты**

www.diplomstudent.net

**Профессиональная
помощь
в написании
всех видов
работ**

**для
студентов
вузов**



Тема: «Анализ безубыточности деятельности экономических субъектов»

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ	7
1.1. Безубыточность предприятия - как важнейший фактор эффективности работы субъектов хозяйствования	7
1.2. Анализ динамики финансовых результатов и безубыточности экономических субъектов в РФ	16
1.3. Основные направления для безубыточной работы предприятия	22
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЛЕОНАТА»	32
2.1. Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «Леоната»	32
2.2. Оценка затрат и финансовых показателей деятельности ООО «Леоната» .	42
2.3. Оценка динамики прибыли и безубыточности продаж в ООО «Леоната» .	50
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ С ЦЕЛЮ УЛУЧШЕНИЯ БЕЗУБЫТОЧНОЙ РАБОТЫ	58
3.1. Рекомендации по улучшению управления финансовым результатом	58
3.2. Прогноз финансовых результатов и безубыточной работы ООО «Леоната»	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	58
ПРИЛОЖЕНИЯ	65

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 предприятия 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 безубыточности и получения прибыли, 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 выпускной квалификационной работы можно объяснить тем, что объектом исследования является предприятие легкой промышленности, работающее на рынке чистой

конкуренции. В настоящий момент, насыщение рынка товарами текстильной и легкой промышленности, подстегивают руководителей аналогичных организаций искать новые более сильные управленческие решения, направленные на безубыточную работу предприятия.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является предприятие, работающее на рынке легкой промышленности- ООО «Леоната». Предмет исследования- показатели финансовых результатов и безубыточность работы организации.

Целью работы является- разработка управленческих решений по управлению финансовыми результатами с целью безубыточной работы. В связи с указанной целью, в процессе работы необходимо решить следующие задачи: описать сущность безубыточности и основные методы ее оценки; провести анализ безубыточности деятельности объекта исследования; разработать рекомендации, направленные на обеспечение безубыточной работы предприятия.

Структура работы обусловлена целями и задачами, определенными для работы, а также логикой проведенного исследования и состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Первая глава является теоретической, в ней представлены основные понятия безубыточной работы и методы оценки; проведен анализ динамики финансовых показателей и безубыточности российских предприятий в целом и развитие отрасли легкой промышленности в частности; описаны основные пути, способствующие безубыточной работе коммерческой организации. Вторая глава является аналитической, в ней представлена организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «Леоната»; проведен анализ затрат и финансовых показателей, дана оценка динамики прибыли и безубыточности продаж. В третьей главе предложены рекомендации и дан прогноз финансовых результатов и безубыточной работы ООО «Леоната» .

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 безубыточной работы предприятия, занимались множество отечественных и зарубежных авторов, наиболее известными из них являются: Баканов М.И., Барнгольц 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 БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

1.1. Безубыточность предприятия - как важнейший фактор эффективности работы субъектов хозяйствования

Показателем финансового результата является порог рентабельности или точка безубыточности (break-even point) - это такая выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не имеет и прибылей. Результата от реализации после возмещения затрат в точности хватает на покрытие постоянных затрат, и прибыль равна нулю. Первая проблема, связанная с точкой безубыточности – это проблема определения критического объема продукции, при котором достигается безубыточность. В системе анализа безубыточности для вычисления точки безубыточности применяются : математический метод (метод уравнения); метод маржинального дохода (валовой прибыли); графический метод. Рассмотрим кратко суть этих методов.

1)Метод уравнения. В самом общем виде схема расчета прибыли выглядит следующим образом (1); (2):

$$В-ПерЗ-ПостЗ=П,(1)$$

где В- выручка, руб.; ПерЗ- переменные затраты, руб.; ПостЗ- постоянные затраты, руб.; П-прибыль, руб.

$$(Ц \times К) - (ПерЗ \times К) - ПостЗ = П, (2)$$

где Ц- цена за единицу, руб.; К-количество единиц; ПерЗ- переменные затраты на единицу

Это же уравнение можно переписать в алгебраической форме(3):

$$П = Р \times х - (а + в \times х) \text{ или } П = (Р - в) \times х - а (3);$$

где: П - прибыль за исследуемый период, Р - цена продажи единицы произведенной фирмой продукции, Х - объем произведенной и проданной продукции за указанный период, а - уровень фиксированных (постоянных) расходов, в – переменные расходы на единицу произведенной продукции.

Последняя форма уравнения подчеркивает, что все факторы делятся на зависящие от объема реализации и независящие от него. В частности, как уже говорилось, все расходы фирмы можно разделить на постоянные и переменные.

Использование уравнения позволяет легко определить точку безубыточности путем несложных алгебраических преобразований. Объем выпуска, при котором достигается точка безубыточности, определяется из условия (4):

$$\Pi = 0(4),$$

и он равен(5):

$$x_0 = a/(P-v) (5)$$

Если ставится задача определить объем реализации продукции для получения определенной суммы прибыли, тогда формула будет иметь вид(6):

$$x_0 = a+\Pi_3/(P-v) (6)$$

где Π_3 – запланированная прибыль, для получения которой и рассчитывается объем реализации продукции.

2)Метод маржинального дохода. Метод маржинального дохода есть разновидность метода уравнений. Под маржинальным (предельным) доходом мы будем понимать доход, который получает фирма от производства одного изделия. В состав маржинального дохода входят прибыль и постоянные издержки. Организация так должна реализовать свою продукцию (товар), чтобы полученным маржинальным доходом покрыть постоянные издержки и получить прибыль. Когда получен маржинальный доход, достаточный для покрытия постоянных издержек, достигается точка равновесия.

Под средней величиной маржинального дохода понимают разницу между ценой продукции и средними переменными затратами. Средняя величина маржинального дохода отражает вклад единицы изделия в покрытие постоянных затрат и получение прибыли. Нормой маржинального дохода называется доля величины маржинального дохода в выручке от реализации или (для отдельного изделия) доля средней величины маржинального дохода в цене

товара. Использование этих показателей помогает быстро решить некоторые задачи, например, определить размер прибыли при различных объемах выпуска (7).

$$ТБ=ПЗ/НМД(7),$$

Где ТБ-точка безубыточности; ПЗ-постоянные затраты, НМД- норма маржинального дохода.

Маржинальный запас прочности (зона безопасности) - это величина, показывающая превышение фактической выручки от реализации продукции (работ, услуг) над пороговой, обеспечивающей безубыточность реализации. Этот показатель определяется следующей формулой (8):

$$МЗП=(ФВ-ПВ)/ФВ\times 100\%(8),$$

где: МЗП-маржинальный запас прочности, ФВ-фактическая выручка, ПВ- пороговая выручка.

Чем выше маржинальный запас прочности, тем лучше для предприятия. Для определения цены продукции при безубыточной реализации можно воспользоваться следующей формулой(9):

$$ЦБ=ПВ/Q; (9)$$

ЦБ-цена безубыточности; ПВ- пороговая выручка; Q- объем произведенной продукции в натуральном выражении.

Зная цену безубыточности, всегда можно установить необходимую цену реализации для получения определенной величины прибыли при реализации установленного объема производства.

3)Графический метод. Два рассмотренных ранее метода по своей сути есть методы статические. В самом деле, мы рассматриваем фиксированные цену реализации, переменные затраты, постоянные затраты и прибыль. Далее на основе этих данных мы рассчитываем объем производства, при котором достигается заданная прибыль. Если отказаться от фиксированной величины прибыли, то мы получим зависимость между объемом выпуска и прибылью,

которую легко выразить графически. Для этого нам необходимо объединить на одном графике следующие три линии, рис.1.1.

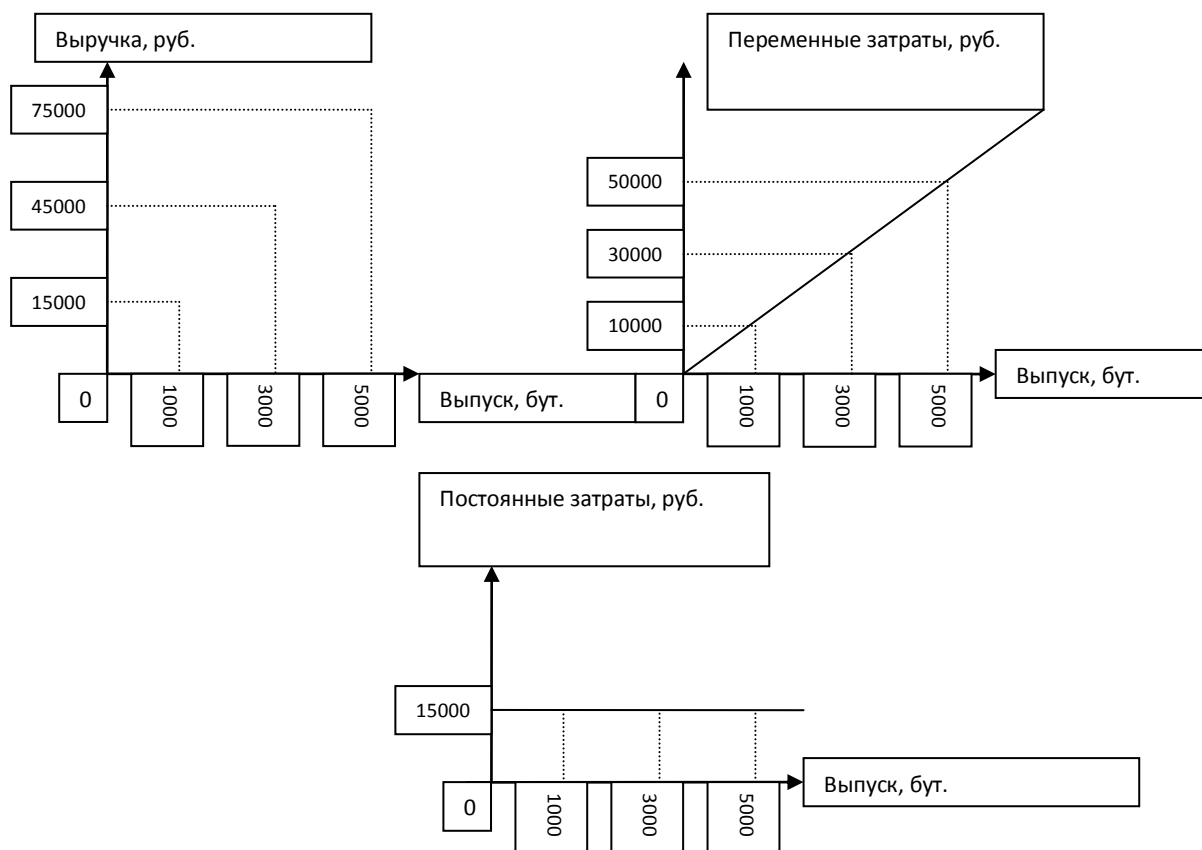


Рис. 1.1 - Зависимость выручки, переменных и постоянных затрат от выпуска продукции.

Таким образом мы получаем следующий график анализа поведения затрат, выручки и объема продаж, рис.1.2, рис.1.3.

Заметим, что на этом графике линия выручки и линия переменных расходов исходят из одной точки и разница между ними и есть не что иное, как маржинальный доход. Используя данный график можно наглядно определить величину прибыли или убытка для того или иного объема выпуска.

Иногда бывает достаточно удобно рассматривать не два графика выручки и общих затрат, а один график чистой прибыли фирмы, получаемый как разница между графиками выручки и общих затрат, рис.1.4.

Заметим, что при нулевом выпуске убыток в точности равен постоянным затратам.

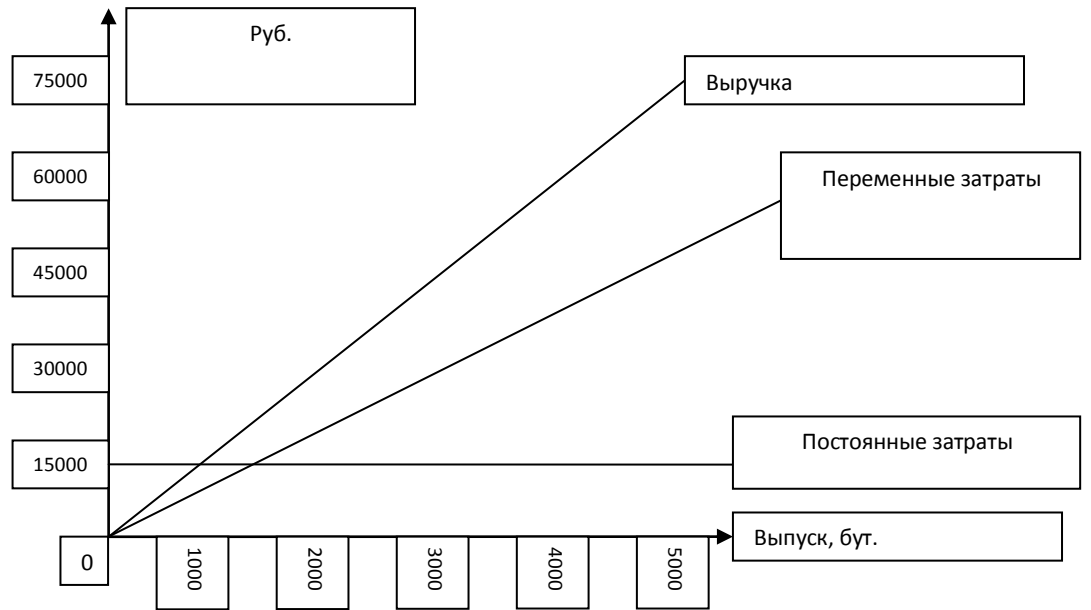


Рис. 1.2 - Зависимость выручки, переменных и постоянных затрат от выпуска продукции.

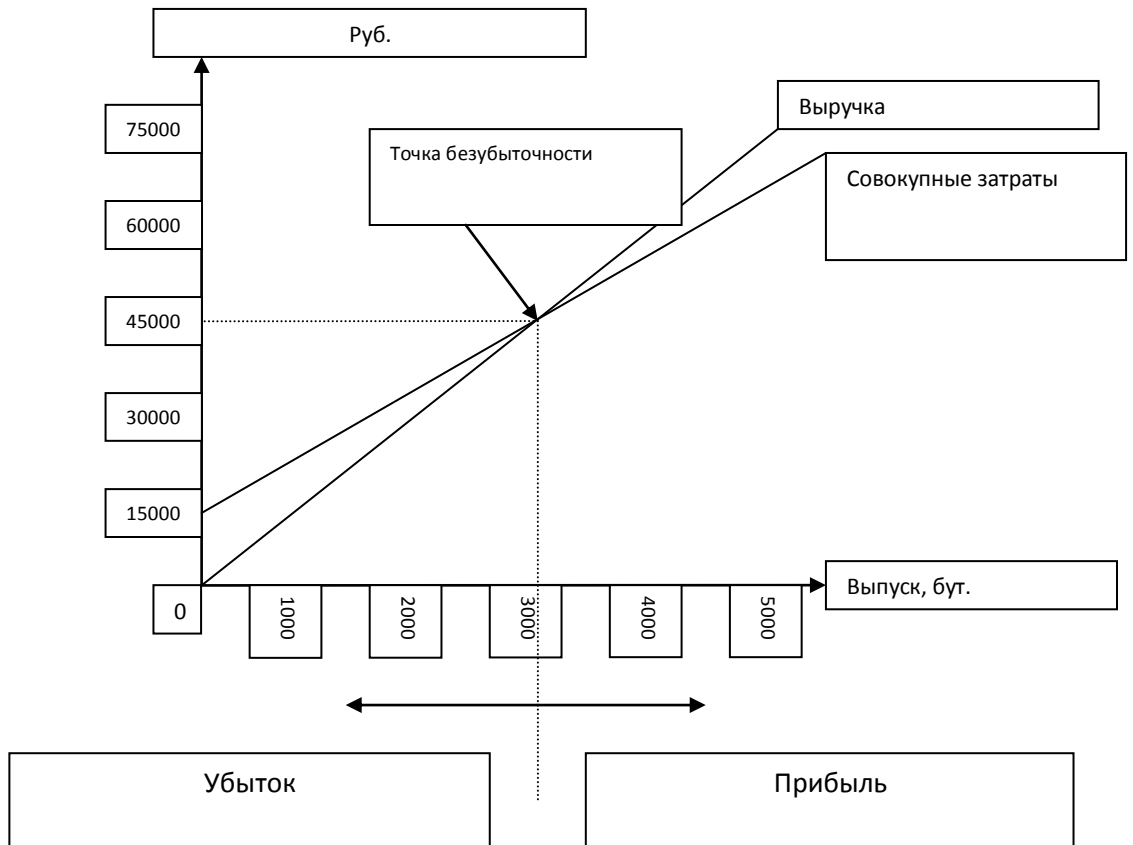


Рис. 1.3 - Определение точки безубыточности.

Мы получили достаточно удобный инструмент графического анализа зависимости между выпуском, выручкой, затратами и прибылью. Данный

метод можно использовать и при других (нелинейных) характеристиках зависимостей между объемом производства и финансовыми показателями. Однако следует отметить и недостаток, присущий рассматриваемому методу. Как и всякий графический метод, он дает не очень точные результаты.

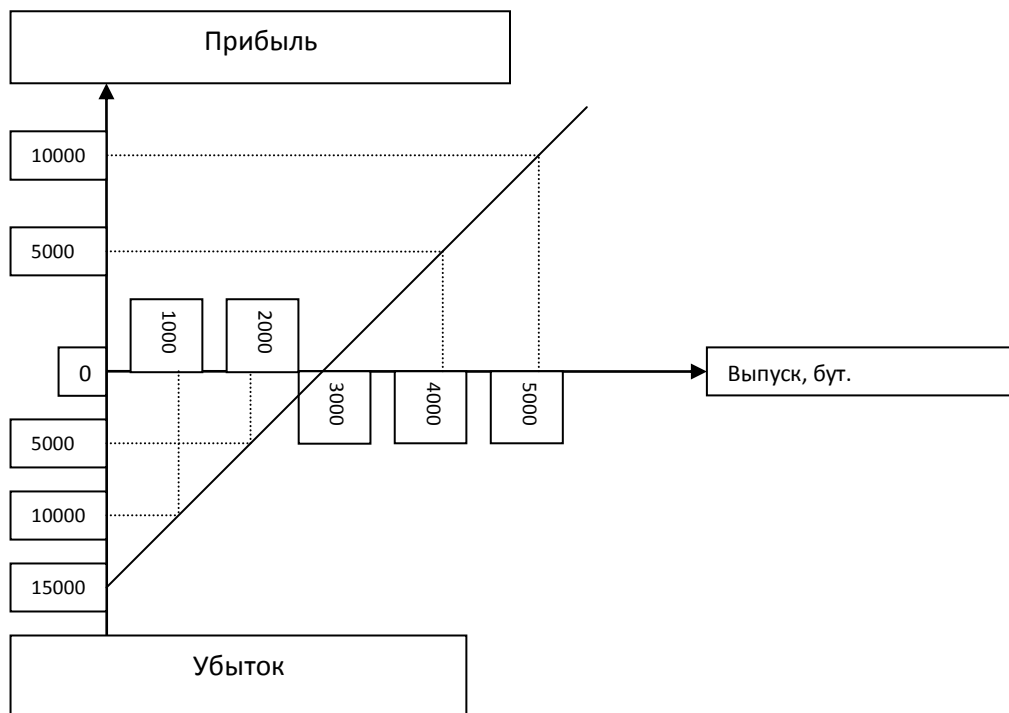


Рис. 1.4 - График прибыли/убытка.

Кроме выше перечисленных методов, для определения безубыточности, можно также проводить CVP-анализ. CVP-анализ помогает определить: объем продаж, необходимый для покрытия затрат (точки безубыточности); объем продаж, необходимый для того, чтобы заработать желаемую прибыль; влияние на прибыль изменений цены продаж, переменных затрат, постоянных затрат и доходов.

Правила CVP-анализа[]: увеличение цены продаж снижает точку безубыточности; увеличение переменных и постоянных затрат увеличивает точку безубыточности. С помощью CVP-анализа можно также вычислить границу безопасности, определяемую как количество продаж, на которое может быть снижен объем продаж без перехода бизнеса в убыточную область.

В то же время анализ условий безубыточности достаточно эффективен и показателен для монотоварного производства или реализации, когда оперируют данными об объемах одного товара. Для многотоварного производства, реализации товаров предприятиями торговли его использование представляется весьма условным. Это связано в первую очередь с трудностями по делению постоянных расходов на товарные группы, а также с математическим представлением полученных результатов. Так, для двух товаров будет рассчитываться уже не точка, но некоторая кривая состояний безубыточности, для трех - придется вычертить плоскость решений, для n товаров - построить n -мерную гиперплоскость. Это в свою очередь приводит к сложности расчета (необходимость наличия специального программного обеспечения, например программы Marketing Expert), сложности интерпретации и, что самое главное, невозможности практического применения в силу чрезвычайной сложности принятия на основе такой информации управленческих решений.

Однако существует и другой выход из положения. Предприятие может оценивать не прогнозируемый объем, при котором оно окажется в точке безубыточности, а максимальные изменения в товарообороте по каждой товарной группе, когда оно не понесет убытков по реализации данной товарной группы. Реализация товаров в каждой товарной группе служит источником валового дохода и переменных издержек обращения. Таким образом, все издержки можно подразделить на связанные с реализацией данной товарной группы (фактически переменные затраты) и издержки, не связанные с реализацией данной товарной группы (фактически постоянные расходы). Тогда очевидно, что уровень условно-переменных затрат для каждой товарной группы будет различным. Условно-постоянные расходы покрываются за счет реализации по всем товарным группам, т.е. их сложившийся уровень к товарообороту одинаков для всех товарных групп.

Итак, прогнозируя максимально допустимые изменения в товарообороте, предприятие отталкивается от сложившейся структуры товарооборота. Тогда формула расчета точки безубыточности для данной товарной группы будет выглядеть следующим образом (10):

$$TO_{г} = \frac{I_{\text{пост}(г)}}{ТН_{г} - У_{\text{пер}(г)}} \quad (10)$$

где $TO_{г}$ - товарооборот по себестоимости; $I_{\text{пост}(г)}$ - издержки постоянные (по группе); $ТН_{г}$ - уровень торговой надбавки по группе; $У_{\text{пер}(г)}$ - уровень переменных затрат по данной товарной группе.

При этом издержки постоянные (по группе) рассчитаны исходя из прогнозируемой суммы в целом по предприятию и структуры товарооборота прошлого периода.

С помощью вышеприведенной формулы можно рассчитать точки безубыточности по каждой группе. Важно отметить, что сумма точек безубыточности, рассчитанных по отдельным товарным группам, не равна и не может быть равна величине точки безубыточности, рассчитанной в целом по предприятию. Эта величина будет превышать показатель точки безубыточности, рассчитанный в целом для предприятия. Таким образом, отталкиваясь от расчета условий безубыточности по отдельной группе, предприятие в любом случае обеспечивает общую безубыточность.

Следует также отметить, что безубыточность предприятия является важнейшим фактором эффективности работы субъектов хозяйствования. При этом основными показателями эффективности являются: показатели ликвидности, финансовой устойчивости и платежеспособности, показатели рентабельности, показатели оборачиваемости (деловой активности), рис.1.5. Более подробно характеристика данных показателей и методика их расчета представлена в прил.1.

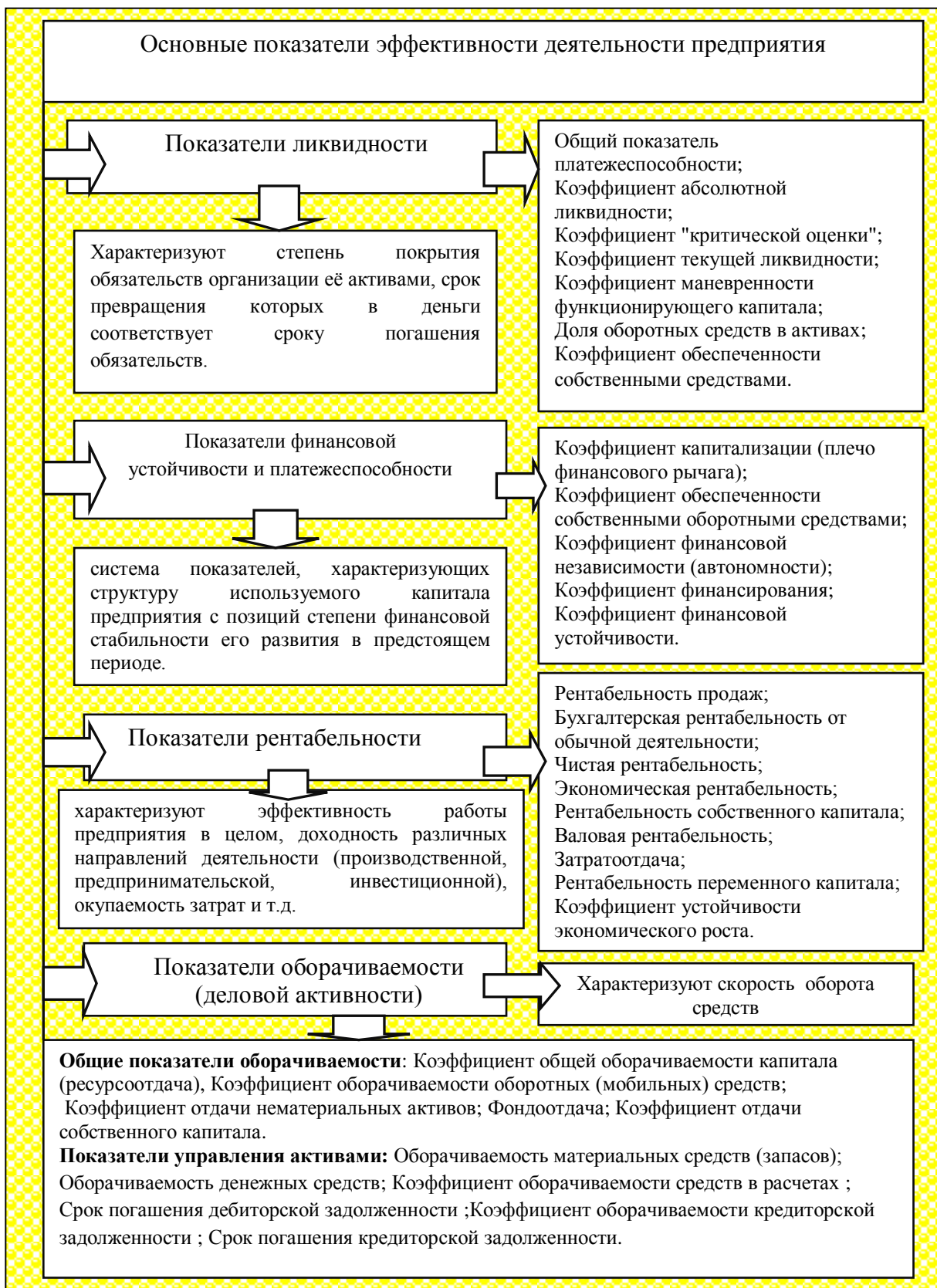


Рис. 1.5-Основные показатели эффективности деятельности предприятия.

Резюмируя выше изложенное можно сделать вывод, что под безубыточностью следует понимать такую выручку от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не имеет и прибылей. При этом для определения точки безубыточности применяется несколько методов, в частности: математический метод (метод уравнения); метод маржинального дохода (валовой прибыли); графический метод. Анализ безубыточности является необходимым для поддержания определенного уровня рентабельности и финансовой устойчивости организации. Следует отметить также, что прежде чем начинать деятельность в той или иной сфере, необходимо проводить анализ рынка той или иной отрасли, а на основании проведенного анализа принимать решение о вложении инвестиций. Для того, чтобы рассмотреть динамику развития отрасли легкой промышленности, в частности, и развития предпринимательства в целом по РФ, перейдем к следующей части исследования.

1.2. Анализ динамики финансовых результатов и безубыточности экономических субъектов в РФ

Проведем анализ динамики финансовых результатов и безубыточности российских предприятий по данным Росстата, представленными в прил.2. Данные статистической отчетности с 2005-2014 г.г. показывают, что на протяжении анализируемого периода наблюдается увеличение оборота организаций, который на конец анализируемого периода составил 129195,0 млрд. руб., а это на 12,71% выше показателя предыдущего года и почти в четыре раза выше начала анализируемого периода, рис.1.6.

Увеличение объемов оборота происходит как по всем предприятиям РФ, так и по малым организациям. Так, в частности по данным на 2014 г. оборот малых предприятий составил 26392,2 млрд. руб., а это на 6,49% выше показателя предыдущего года, рис.1.7.



Рис. 1.6. Динамика оборота российских организаций с 2005-2014г.г.

Увеличение выручки индивидуальных предпринимателей в РФ также увеличилось на 7,34% по отношению к предыдущему году и составило 10447,5 млрд. руб. в 2014 г., рис.1.7.

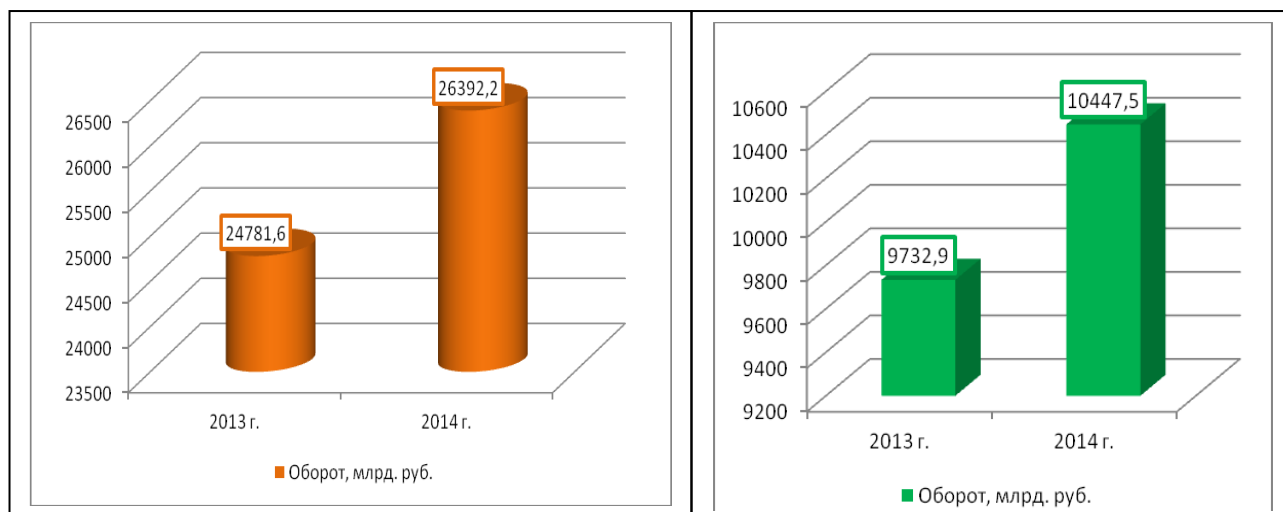


Рис. 1.7. Динамика объема выручки малых предприятий и индивидуальных предпринимателей РФ с 2013-2014 г.г.

Несмотря на то, что объемы выручки малого предпринимательства показывают рост, в целом по организациям РФ наблюдается снижение сальдированного финансового результата на протяжении ряда лет и по данным на 2014г. сальдированный финансовый результат организаций составил

4346793 млн. руб., а это на 36,58% ниже показателя предыдущего года и на 31,34% ниже показателя 2010г., рис. 1.8.



Рис. 1.8. Динамика сальдированного финансового результата организаций РФ с 2005-2014 г.г.

Не менее важными показателями является и доля убыточных организаций, которая на протяжении анализируемого периода колеблется в пределах от 30% и более процентов и в 2014 г. удельный вес убыточных организаций составил 33,0%, а это на 2% превышает показатель предыдущего года и на 3,1% выше показателя 2010 г., рис.1.9.

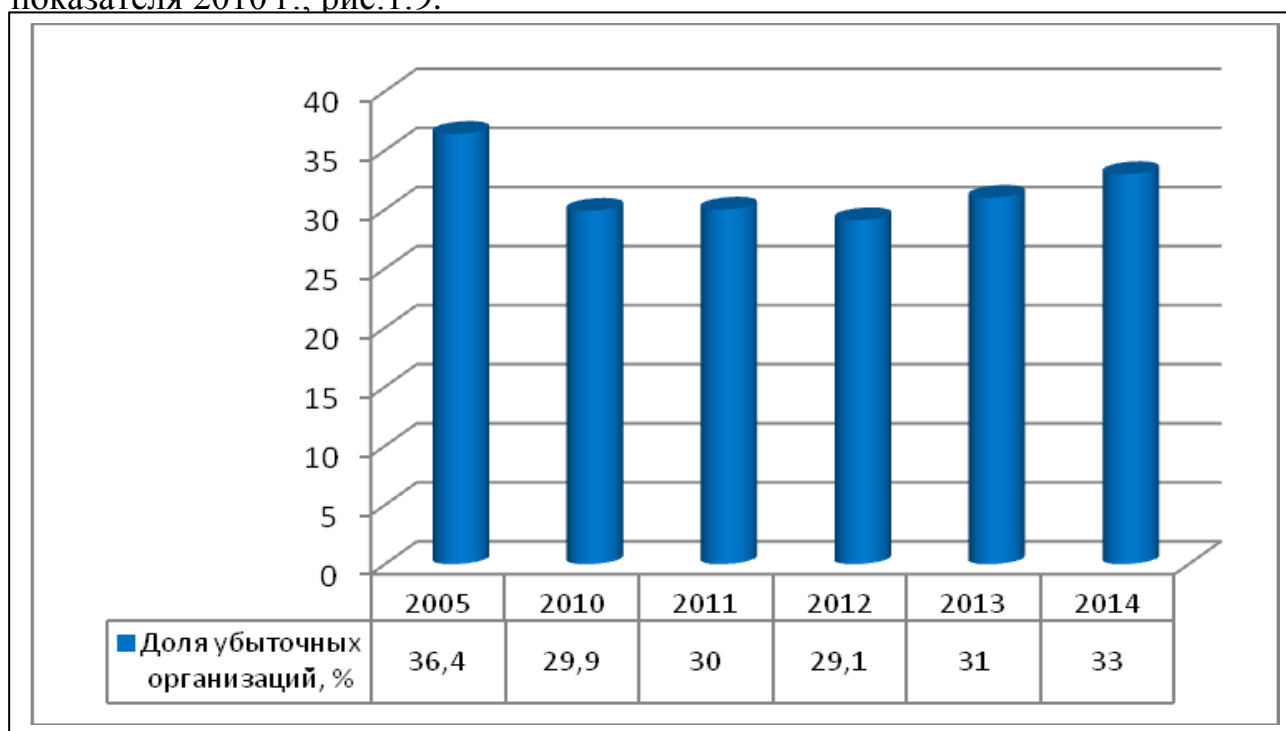


Рис. 1.9. Динамика доли убыточных организаций в РФ с 2005-2014 г.г.

Растет не только доля убыточных организаций РФ, но и сумма убытка, которая по состоянию на 2014 г. составила 6118282 млн. руб., а это более чем в два раза превышает показатель предыдущего года и более, чем в пять раз выше показателя 2010 г., рис.1.10.

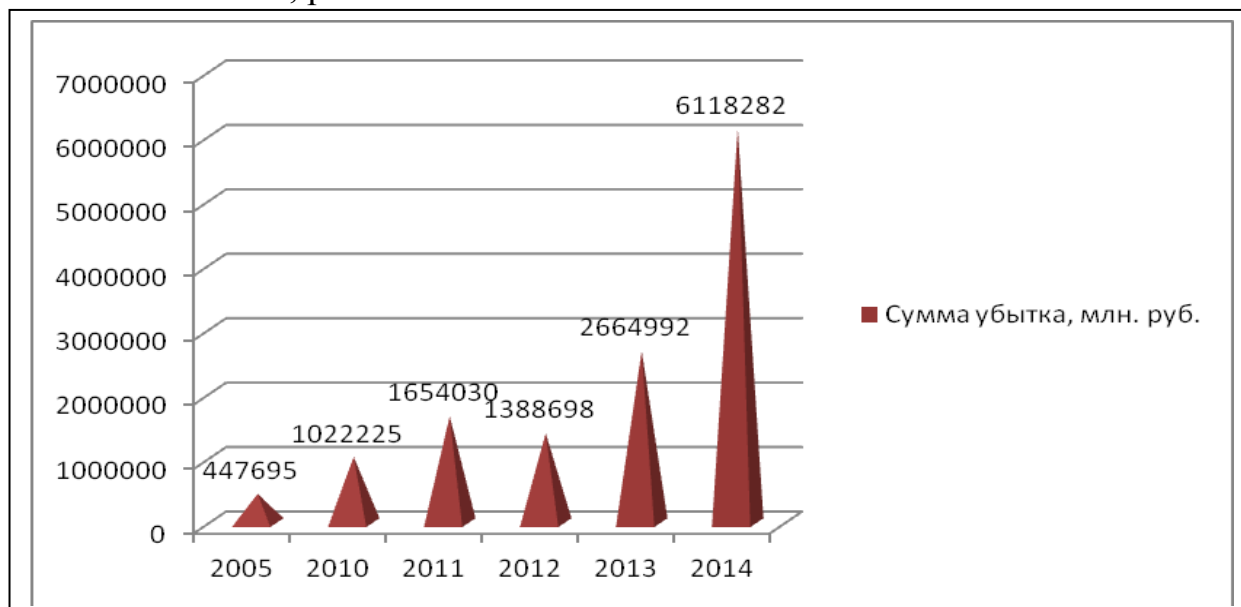


Рис. 1.10.Динамика убытка организаций РФ с 2005-2014 г.г.

Таким образом, обороты предприятий показывают ежегодный рост, однако сальдированный финансовый результат показывает снижение, доля убыточных организаций в России составляет в среднем около 30%, объемы убытков существенно увеличиваются, что следует оценить отрицательно.

Так как объектом исследования является предприятие легкой промышленности, важно рассмотреть развитие данной отрасли по данным Росстата, прил.1. Статистическая отчетность по данным на 2014 г. показывает, что текстильная и легкая промышленность занимает небольшой удельный вес и составила 0,5%. Для сравнения, наибольший вес занимают предприятия оптовой и розничной торговли и составляют 34,7%, доля предприятий предоставляющим услуги составляет 19,4%, на долю предприятий транспорта и строительства приходится 6,4% и 9,4% соответственно, рис.1.11.

Следует также отметить, что число предприятий легкой промышленности существенно снижается и по данным на 2014 г. составило 25,4 тыс.

организаций, а это на 0,4 тыс. организаций меньше по отношению к предыдущему году и на 15,1 тыс. ед. ниже показателя 2005 г.

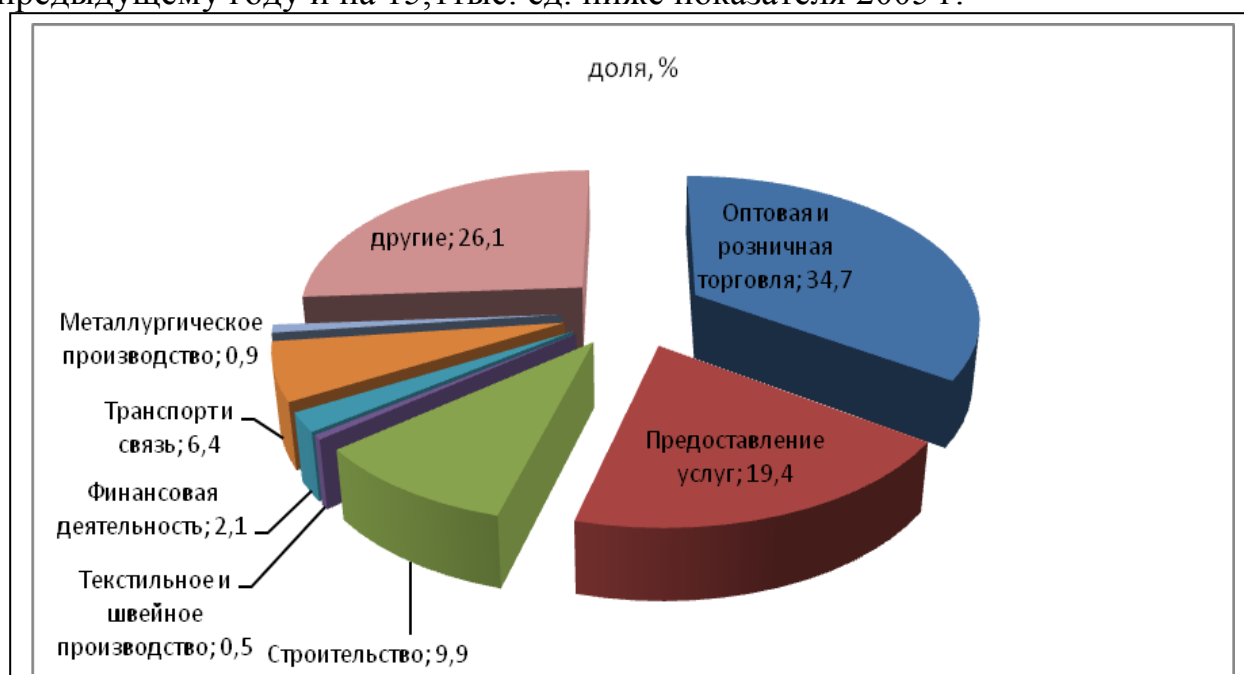


Рис.1.11. Структура предприятий РФ за 2014 г.

Несмотря на то, что число предприятий текстильного и швейного производства РФ снизилось, однако, обороты показывают положительную динамику и в 2014 г. составили 286,5 млрд. руб., а это почти в три раза выше показателя 2005 г. Хотя к концу анализируемого периода ситуация ухудшилась и произошло снижение объема оборота на 0,96 млрд. руб. по отношению к предыдущему году, рис.1.12.

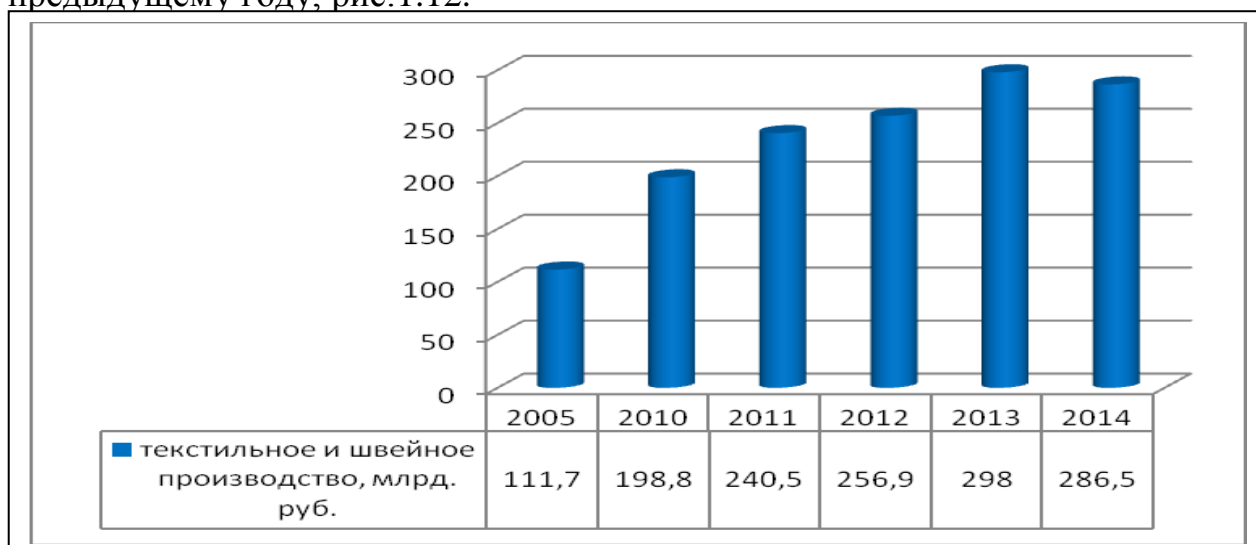


Рис.1.12. Оборот организаций текстильного и швейного производства в РФ с 2005-2014г.г.

Сальдированный финансовый результат предприятий текстильного и швейного производства РФ снижается четыре года подряд и в 2014 г. составил 2100 млн. руб., а это ниже показателя 2011 г. на 3266 млн. руб., рис.1.13.

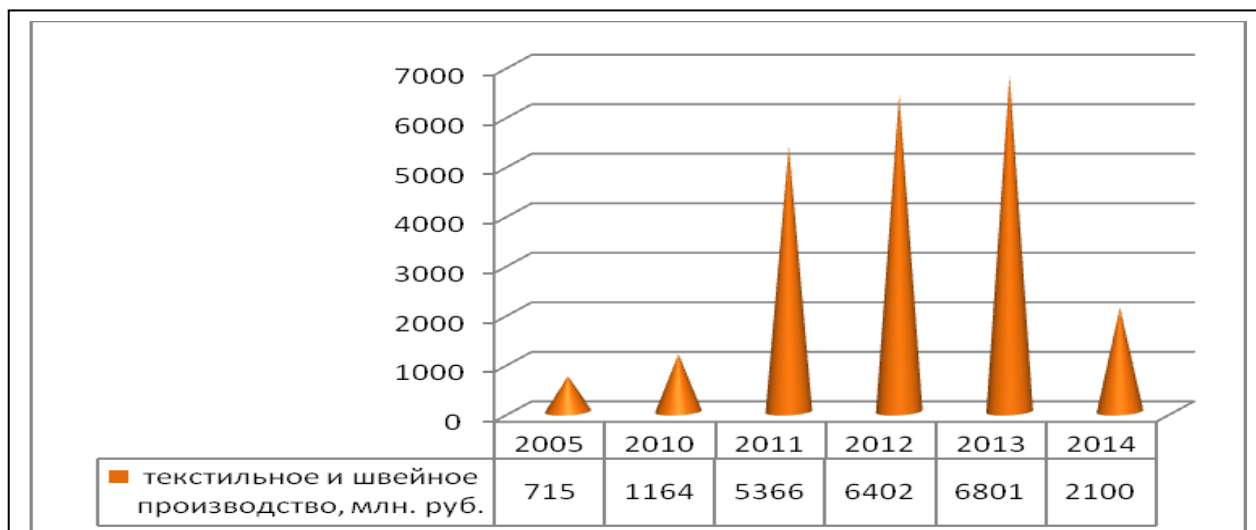


Рис. 1.13. Сальдированный финансовый результат предприятий текстильного и швейного производства РФ с 2005-2014 г.г.

Таким образом, объемы выручки предприятий, в том числе и ИП, и малых предприятий РФ показывают рост, но в целом финансовые результаты деятельности организаций оставляют желать лучшего, так как наблюдается снижение сальдированного финансового результата, как всех организаций, так и организаций текстильного и швейного производства. Замечено также, что увеличивается доля убыточных предприятий России и растет сумма убытка. Удельный вес предприятий легкой промышленности в общем количестве предприятий незначительный, при этом замечена динамика снижения количества предприятий данной отрасли. Иначе говоря, можно сказать, что отрасль легкой промышленности в РФ развивается не лучшим образом, как впрочем и в целом деятельность других отраслей. Для нормального функционирования предприятия в той или иной отрасли, является необходимым проведение ряда мероприятий, способствующих безубыточной работе предприятия. Для того, чтобы рассмотреть основные пути повышения прибыльности и доходности организаций, необходимо перейти к следующей части исследования.

1.3. Основные направления для безубыточной работы предприятия

Для того, чтобы работа предприятия была безубыточной, является необходимым эффективным управление всеми ресурсами предприятия, которая должна быть направлена, прежде всего на увеличение объемов продаж и снижение себестоимости. Это может быть достигнуто за счет совершенствования стратегических направлений развития организации: стратегия продукта, продвижение продукта, стратегия ресурсов, персонала, конкуренции и инноваций. Рассмотрим кратко сущность этих направлений.

1. Стратегия продукта. Основные политики - определение ассортимента, качества продукта или услуги. Стратегия продукта рассматривается как центральная, системообразующая совокупность стратегических целей организации, связанных с созданием продуктов и услуг, направляемых во внешнюю среду. То, что создает организация, определяет все управленческие процессы, требует согласования со стратегией производства всех остальных продуктов. Правильный прогноз потребностей внешнего окружения лежит в основе стратегического целеполагания и принятия решений в области стратегии продукта, в частности для выработки политики ассортимента.

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.

2. Стратегия продвижения продукта. Основные политики - маркетинг, общественные связи, реклама, ценообразование, политика скидок и специальных условий предоставления продукта, транспортная и складская логистика, политика сбыта. Цели, которые ставит организация в рамках стратегии продвижения продукта, направлены на процессы, протекающие с момента производства товара или услуги до их получения конечным потребителем.

Политика маркетинга направлена на максимально достоверную ориентацию в предпочтениях потребителей, в их местонахождении, в том, как они хотят получать и потреблять производимый организацией продукт. Политика рекламы включает в себя согласованные с организационными ценностями цели, направленные на информирование внешнего окружения об организации, ее уникальных характеристиках, свойствах и преимуществах производимого продукта, а также на формирование желания потребителей ознакомиться с продуктом и приобрести его.

3. Стратегия персонала. Основные политики - наем, кадровый мониторинг, обучение и развитие, мотивация и стимулирование, взаимодействие, контроль. Стратегия персонала строится с учетом специфики организационного продукта и принятых способов его продвижения. Наем в организацию согласуется с принятыми ценностями и смыслами; организация заинтересована в найме именно тех людей, которые способны воспринимать ее философию и управлять своей деятельностью «под существующие ценности».

Политика адаптации предусматривает реализацию мер, направленных на оптимизацию включения новых сотрудников в организационный контекст. Политика кадрового мониторинга включает в себя цели, связанные с периодическим оцениванием соответствия деятельности сотрудников и отделов с ценностями и стандартами поведения, принятыми в организации. []

Кадровый мониторинг также предполагает создание условий для планирования и развития карьеры перспективных сотрудников. Обучение и развитие организации в стратегическом управлении занимает одно из центральных мест. Цели, направленные на обучение персонала, формулируются в интересах роста квалификации, профессиональной компетентности. Развитие персонала предполагает целесообразное усиление наиболее важных для профессиональной деятельности сторон личности сотрудников. При этом личностное развитие персонала, согласованное с

положениями философии организации, является более стратегическим фактором ее успеха, при естественном внимании к росту квалификации.

Политика мотивации и стимулирования связана с созданием условий для того, чтобы люди с воодушевлением и полной отдачей работали именно в этой организации. Основным мотивирующим фактором признается эффективное достижение организацией целей деятельности. Политика взаимодействия включает в себя совокупности целей, направленных на развитие организационной структуры, оптимизацию иерархического, стилевого и функционального взаимодействия в звеньях: «сотрудник - сотрудник», «сотрудник- отдел», «отдел - отдел». Политика контроля формируется на основе объективного критериального перечня, применение которого дает возможность для ориентации в мере рассогласования характеристик деятельности с принятым стандартом. []

4. Стратегия ресурсов. Основные политики - управление информацией, временем, материальными ресурсами, финансами. Политика управления временем как организационным ресурсом обладает принципиальной важностью, так как время является единственным невосполняемым организационным ресурсом. Потери в управлении временем создают критические по своему влиянию риски, компенсировать которые бывает невозможно.

Политика информации в настоящее время приобретает все большее значение, определяя в конечном счете влияние организации во внешней среде. Обладание необходимой информацией становится ведущим конкурентным фактором, самостоятельным продуктом, который обладает тенденцией к постоянному росту своей цены. При этом информационные технологии организаций имеют тенденцию распространения от обеспечивающих субъектов (отделы и рабочие места, с функциями обслуживания) к рабочим местам, выполняющим функции управления. []

Политика управления финансами должна быть направлена прежде всего на снижение всех видов затрат предприятия, это может быть обеспечено за счет поиска наиболее выгодного поставщика, снижение затрат на оплату труда, сырье, материалы, электроэнергию и др. (в зависимости от сферы деятельности предприятия). Кроме этого система управления финансами предусматривает управление структурой капитала предприятия. Принятие решений о структуре капитала влечет необходимость количественной оценки выгод и рисков, связанных с формированием операционного левериджа.

Операционный леверидж характеризует использование компаниями заемных средств, влияет на изменение коэффициента рентабельности собственного капитала. Иными словами, операционный леверидж - это объективный фактор, возникающий с появлением заемных средств в капитале компании, который позволяет получать дополнительную прибыль на собственный капитал. Операционный леверидж - проявление возможности влияния на уровень прибыльности корпорации, который позволяет целенаправленно управлять стоимостью компании. Показатель, отражающий уровень дополнительной прибыли на собственный капитал при различной степени использования заемных средств, называется эффектом операционного левериджа.

В литературе отсутствует единое видение определения операционного левериджа. Одни ученые считают понятие операционного левериджа тождественным с понятием операционного рычага, ведь дословно леверидж с английского переводится как «действие рычага», другие же различают эти понятия. []

Мнение Момота Т.В., по мнению экономистов, является наиболее точной: «Операционный леверидж означает использование долгов для финансирования инвестиций, а операционный рычаг - это включение в структуру капитала долга, который дает постоянную прибыль. Есть мнение, что операционный леверидж и рычаг не тождественные понятия, а рычаг выступает как механизм

осуществления операционного лeverиджа» []. По определению Джеймса К. Ван Хорна, "операционный лeverидж - это использование привлеченных средств с фиксированным процентом для роста прибыли владельцев обыкновенных акций" [].

Также сущность операционного рычага заключается в том, чтобы усилить влияние изменения прибыли на динамику операционной рентабельности, то есть в повышении эластичности операционной рентабельности относительно прибыли. Операционный лeverидж является механизмом, который характеризует использование компаниями заемных средств, которые влияют на изменение коэффициента рентабельности собственного капитала [].

Эффект действия операционного рычага проявляется в приращении рентабельности собственного капитала за счет использования заемного капитала, несмотря на его платность. Когда компания берет в долг, она обязуется платить проценты и в будущем погасить сумму долга. Эти проценты вычитаются из налогооблагаемой прибыли и увеличивают его величину для инвесторов. Однако чем больше долгов у компании в структуре капитала, тем выше операционный риск. Это означает, что, независимо от уровня дохода от своих операций, компания должна платить как основную сумму долга когда наступает срок погашения, так и проценты по нему. Несмотря на то, что долги обеспечивают операционный лeverидж, все же риск, что проценты по займам станут очень высокими по отношению прибыли компании.

Именно поэтому есть необходимость расчета на предприятии коэффициента автономии (коэффициент концентрации собственного капитала). Ченг Ф. Ли и Джозеф И. Финнерти[] характеризуют коэффициент автономии как часть активов предприятия, которые обеспечиваются собственными средствами. Расчет коэффициента автономии производится по формуле (11):

$$K_{ав} = \frac{CC}{БСА} \quad (11), \text{ где}$$

$K_{ав}$ - коэффициент автономности; CC - собственный капитал, $БСА$ - балансовая стоимость активов.

Рекомендуемое минимальное значение коэффициента автономии ориентировано оценивается на уровне 0,5, что характеризует возможность предприятия выполнить свои внешние обязательства за счет использования собственных активов, его независимость от заемных источников []. Отношение собственного капитала к совокупным активам позволяет регулировать часть привлеченного капитала в формировании структуры капитала предприятия для уменьшения риска неплатежеспособности.

Отношение собственного капитала к совокупным активам позволяет регулировать часть привлеченного капитала в формировании структуры капитала компании для уменьшения риска неплатежеспособности. Если в период общего спада экономической активности компания сворачивает свою деятельность, снижаются ее прибыли, что увеличивает вероятность неуплаты процентов за ссудный капитал. По мнению Ченг Ф. Ли и Джозеф И. Финнерти., преимущества операционного леввериджа надо сопоставлять с операционным риском неплатежеспособности, который растет. Наступает момент, когда прирост расходов на проценты за заем превышает «выигрыш» компании от операционного рычага [].

Итак, операционный левверидж - это «палка о двух концах»: он выгоден в период экономического подъема, но наносит ущерб в период спада экономической активности.

Показатель, отражающий уровень получения дополнительной прибыли на собственный капитал за счет разной части использования заемных средств, называется эффектом операционного леввериджа. Эффект операционного леввериджа, по мнению Бланка, определяется с помощью приращение чистой рентабельности средств, полученных за счет использования кредита(12):

$$\text{ЭФЛ} = (1 - \text{СПр}) * (\text{КВРА} - \text{ВКр}) * \frac{\text{ПК}}{\text{ВК}} \quad (12)$$

где ЭФЛ - эффект операционного леввериджа ЭФЛ, заключающийся в приросте коэффициента рентабельности собственного капитала, %;

СПр - Ставка налога на прибыль, выраженная десятичной дробью;

КВРА- Коэффициент валовой рентабельности активов (отношение валовой прибыли к средней стоимости активов),%;

ВКр - Средний размер процентов за кредит, уплачиваемых компаниям за использование заемного капитала,%;

ПК - Средняя сумма используемого компаниям ссудного капитала;

ВК - Средняя сумма собственного капитала компании.

В формуле можно выделить три основные составляющие:

1. Налоговый корректор операционного левеиджа ($1-СПр$), который показывает в какой степени проявляется эффект операционного левеиджа в связи с различным уровнем налогообложения прибыли.

2. Дифференциал операционного левеиджа ($КВРА - ВКр$), характеризующий разницу между коэффициентом валовой рентабельности активов и средним размером процента за кредит.

3. Коэффициент операционного левеиджа ($ПК/ВК$), который характеризует сумму заемного капитала, используемого компаниям, в расчете на единицу собственного капитала.

Налоговый корректор показывает $1-СПр$, как сказывается ЭФЛ в связи с различным уровнем налогообложения прибыли.

Несмотря на то, что данный показатель практически не зависит от деятельности компании (так как ставка налога на прибыль устанавливается законодательством), компания может повлиять на показатель в следующих случаях:

а) если по различным видам деятельности международной компании установлены дифференцированные ставки налогообложения прибыли;

б) если по отдельным видам деятельности международная компания использует налоговые льготы по прибыли;

в) если отдельные дочерние фирмы международной компании осуществляют свою деятельность в свободных экономических зонах своей страны, где действует льготный режим налогообложения прибыли;

г) если отдельные дочерние фирмы международной компании осуществляют свою деятельность в государствах с более низким уровнем налогообложения прибыли [].

В этих случаях, воздействуя на отраслевую или региональную структуру производства (а соответственно и на состав прибыли по уровню ее налогообложения), можно, снизив среднюю ставку налогообложения прибыли, повысить влияние налогового корректора операционного леввериджа на его эффект.

Дифференциал операционного леввериджа ($KBPA - BKp$) характеризует разницу между коэффициентом валовой рентабельности активов и средним размером процента за кредит. Именно эта составляющая показывает, приносят привлеченные кредиты прибыль или убытки на собственный капитал.

Дополнительный доход проявится только в случае положительного значения дифференциала. Такой эффект будет проявляться только в том случае, если уровень валовой прибыли, генерируемой активами международной компании, превышает средний размер процента за используемый кредит. При отрицательном значении дифференциала операционного леввериджа использования международными компаниями заемного капитала дает отрицательный эффект, то есть вызывает потери.

Это связано с тем, что и коэффициент валовой рентабельности активов ($KBPA$), и средняя процентная ставка за кредит (BKp) являются относительными показателями. Первый показывает сколько гривен валовой прибыли генерирует каждый доллар активов международной компании. Второй - сколько долларов процентов выплачивает международная компания за каждый доллар заемных средств в форме банковских кредитов. Если $KBPA$ больше, чем BKp - кредиты генерируют прибыль на собственный капитал; если

КВРА менее Вкр- наоборот: использование кредитов приносят убытки на собственный капитал. Чем выше положительное значение дифференциала операционного левеиджа, тем выше при прочих равных условиях, будет его эффект. В случае отрицательного значения дифференциала привлеченные кредиты, вместо дополнительной прибыли, будут генерировать убытки. Дело в том, что в этом случае, в принципе обслуживания кредитов будет проводиться за счет собственной прибыли. Учитывая вышеизложенное, целесообразно, при отрицательном дифференциале, привлекать новые кредиты в том случае, если они увеличивают валовую рентабельность активов к положительному значению дифференциала. Это не значит, что нельзя привлекать кредиты при отрицательном значении дифференциала. Однако, необходимо иметь в виду, что вместо дополнительной прибыли они будут генерировать, возможно небольшие, но убытки [].

В целом, привлечение новых кредитов при отрицательном значении дифференциала, имеет смысл только в том случае, когда новые привлеченные кредиты повысят КВРА (путем повышения валовой прибыли международной компании, за счет использования кредита). Во всех случаях негативного или незначительного положительного значения дифференциала (при уже имеющихся заимствованиях) следует принимать меры по увеличению коэффициента валовой рентабельности активов за счет увеличения валовой прибыли и снижение суммы активов.

5. Стратегия конкуренции. Основные политики - информационная, экономическая, физическая безопасность, управление под стандарты деятельности конкурентов, лоббирование. Наиболее значимо для стратегии конкуренции достижение отчетливого контраста по сравнению с другими организациями, действующими в отрасли. Успешность организации предполагает предоставление внешней и внутренней среде уникальной пользы уникальными способами.

6. Стратегия инноваций. Основные политики - управление изменениями, производство технологий изменений. Организация, которая управляется стратегически, обладает отчетливыми группами целей в области всех стратегий.

Таким образом, выше были рассмотрены основные стратегические направления, позволяющие увеличить прибыльность и доходность организации, тем самым обеспечив безубыточную деятельность предприятия. Для того, чтобы провести анализ безубыточности на примере предприятия и разработать основные направления совершенствования, необходимо перейти к следующей главе исследования.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЛЕОНАТА»

2.1. Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «Леоната»

Объектом исследования является компания ООО «Леоната», которая организована в форме общества с ограниченной ответственностью и осуществляет свою деятельность на основании Устава, ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью», ТК РФ, ГК РФ, НК РФ и других нормативно-правовых актов. На сегодняшний день, компания занимается оптовой реализацией тканей кружевов, мехов, фурнитуры от европейских и азиатских производителей: Австрии, Литвы, Швейцарии, Италии, Германии, Франции, Португалии, Турции, Кореи, Болгарии, Тайваня, Китая. Ассортимент компании достаточно обширный и включает в себя следующие наименования групп товаров: кожа и замша искусственные, костюмные ткани, плащевые, подкладочные, льняные, рубашечные, блузочные, пальтовые ткани; трикотаж хлопковый, вискосный, смесовый; бархат, вельвет, тафта, органза, шелк различных видов и другое. На сегодняшний день ассортимент тканей и фурнитуры компании ООО «Леоната» составляет 1212 наименований, при этом за 2013-2015г.г. наблюдается увеличение ассортимента компании на 22,79%, рис.2.1.

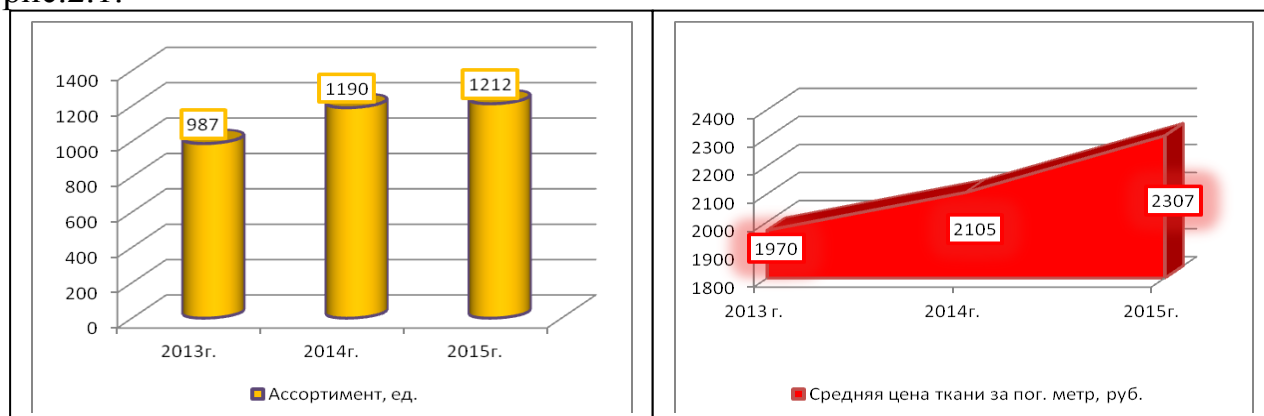


Рис. 2.1. Динамика ассортимента и средней цены тканей, реализуемых компанией ООО «Леоната» с 2012-2015 г.г.

Средняя цена на ткани составляет 2307 руб., а это на 337 руб. выше показателя начала анализируемого периода, рис.2.1. Цены на ткани и фурнитуру, реализуемые компанией ООО «Леоната» представлены в прил.3.

Кроме оптовой реализацией тканей и фурнитуры, компания ООО «Леоната» оказывает услуги по пошиву изделий, однако этот вид деятельности осуществляется с помощью партнеров компании, основными из них являются: «Мастерская классического костюма» (Москва, Б.Харитоньевский пер., 16-18), «Ателье Ольги Юрьевой»(г.Москва, ул.Пресненский Вал, д.27, стр.9),» Ателье высокой моды VIVA VOX» (г.Москва, ул.Тверская, д.22/20), «Ателье Business Look»(г.Москва, ул.Солженицина, д.11, стр.6), «Ателье-студия Shell» Ирины Шеленговской (г.Москва, Ломоносовский проспект, д.43, корп.2), «Салон бытовых услуг и ателье МаВи»(г.Москва, Бульвар Генерала Карбышева, д.13), «Дизайнерское ателье Веате» (м.Динамо, Ленинградский проспект, д.35), «Ателье VIRAP» (г. Москва м. Университет, Ленинский проспект, д.62/1) и др.

В целом, организация продаж предприятия ООО «Леоната» построена должным образом, для реализации товаров имеется Интернет сайт, компания предлагает широкий ассортимент товаров (тканей и фурнитуры) высокого качества, при этом придерживается стратегии высокой цены. При работе с оптовыми потребителями компания предоставляет различную систему скидок, при этом размер скидки может составлять от 10% и более процентов. При этом, важно отметить, что существуют и ряд недостатков в процессе продаж компании ООО «Леоната». В частности, для работы с потребителями не применяется программный продукт CRM- система, который способствовал бы учету постоянных потребителей и позволял бы разрабатывать систему скидок и программу лояльности. Кроме этого, компания ООО «Леоната» не осуществляет дополнительных услуг собственными силами, в частности, пошив и ремонт одежды осуществляется с помощью сторонних организаций, компания сотрудничает при этом с множеством ателье г. Москвы. Однако, оказывая данные виды услуг собственными силами, предприятие могло бы

иметь большие показатели прибыльности и доходности. Следует также отметить, что компания больше ориентирована на оптового производителя, реализацией тканей в розницу предприятие не занимается. Схематично все преимущества и недостатки процесса продаж предприятия ООО «Леоната» можно представить в виде схемы, рис.2.2.



Рис.2.2. Основные маркетинговые стратегии предприятия ООО «Леоната».

Таким образом, выше была рассмотрена основная деятельность предприятия ООО «Леоната». В работе любой коммерческой компании важная роль принадлежит человеческим ресурсам. Перейдем к рассмотрению организационной структуры и динамики численности кадрового потенциала предприятия.

Среднесписочная численность работников предприятия ООО «Леоната» составляет 44 человека по состоянию на 2015г., а это на 131,5% выше показателя 2013 г., рис.2.3.

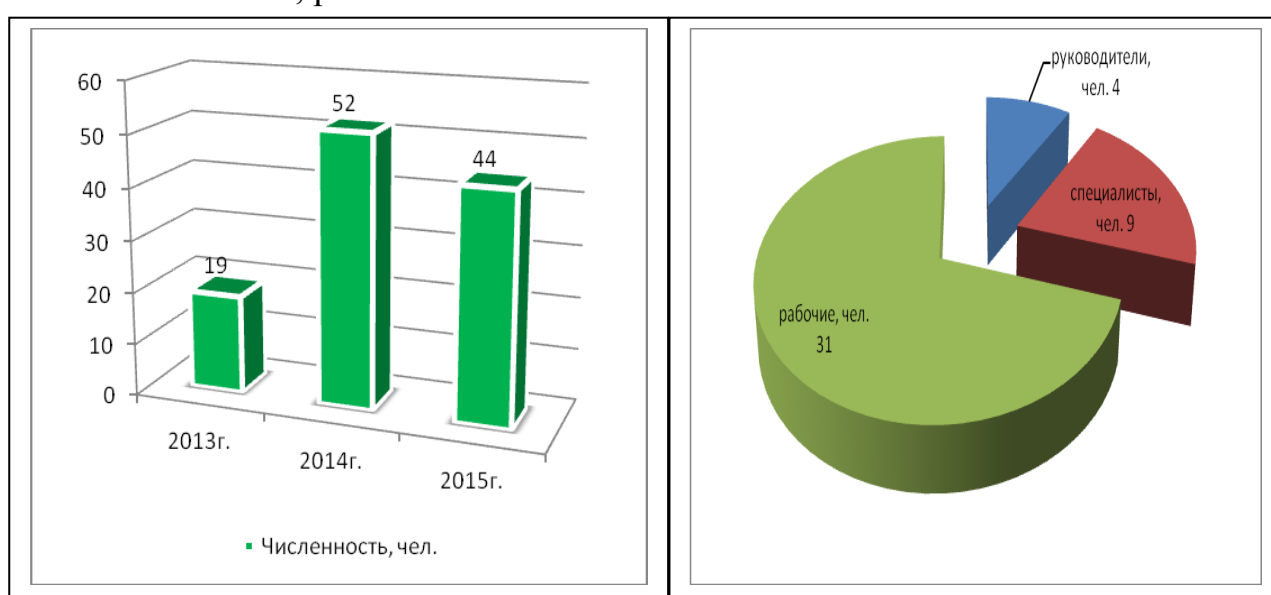


Рис.2.3. Динамика и структура численности предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Следует отметить, что наибольший удельный вес в структуре численности приходится на рабочих(обслуживающий персонал, водители и др.), их число составило 31 человек по состоянию на 2015г. На долю руководителей приходится 9,09%, а это 4 человека от общей численности, 9 человек- это специалисты, они занимают 20,45% от общего числа работающих, рис.2.2. Большинство работников на предприятии ООО «Леоната» имеют среднее-специальное образование, их число составило 22 человека по состоянию на 2015г., а это 50% от общей численности работающих. Небольшой удельный вес приходится на работников с высшим и средним образованием, их доля в 2015 г. составила 31,81% и 18,18% соответственно, рис.2.4.

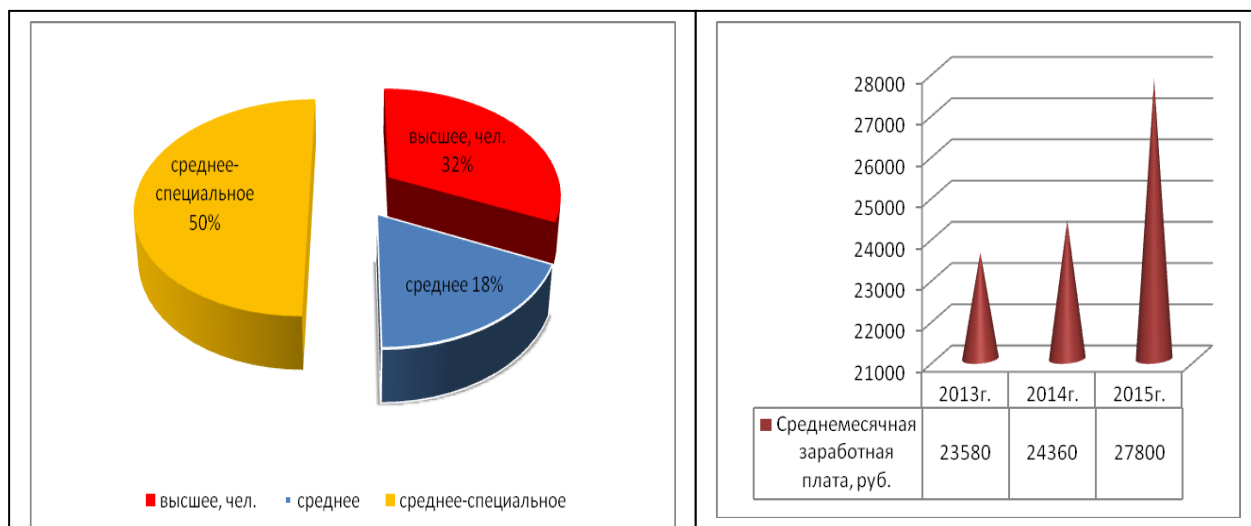


Рис.2.4. Структура работников по уровню образования в 2015г. и динамика среднемесячной заработной платы на предприятии ООО «Леоната»

Среднемесячная заработная плата работников предприятия ООО «Леоната» составляет 27,8 тыс. руб., а это на 18,3% выше по сравнению с тем же показателем 2013 г., рис.2.4. Следует отметить, что до 2015г. на предприятии форма оплаты труда была окладно-премиальная и зависела от объемов реализации продукции, в настоящее время, начиная с 2015г. в компании почасовая оплата труда.

Возглавляет компанию Генеральный директор, он организует всю работу предприятия и несет ответственность за его состояние и деятельность. Организационную структуру предприятия ООО «Леоната» можно представить в виде схемы, рис. 2.5. Рассмотрим кратко основные функции работников предприятия ООО «Леоната». Генеральный директор обеспечивает выполнение утвержденных для предприятия планов и заданий. В обязанности генерального директора входит и рассмотрение жалоб и предложений, принятие мер по устранению отмеченных недостатков; обеспечить повышение квалификации работников предприятия.

Основными функциями бухгалтера являются: контроль за обработкой и заполнением документов строгой бухгалтерской отчетности; контроль за состоянием текущих счетов предприятия; составление бухгалтерской отчетности. Главный бухгалтер оформляет и отслеживает исполнение

договоров, осуществляет все денежно-кассовые расчёты. Задачи отдела бухгалтерии: ежедневные отчеты о проходящих наличных деньгах, организация переправки денег из банка в офис, лимит-контроль выдачи денег, контроль за работой продавцов-консультантов, заполнение банковских документов, создание плана наличных денег для банка, обеспечение получение наличных денег, начисления по заработной плате, по арендной плате помещений.



Рис.2.5. Организационная структура предприятия ООО «Леоната»

Главный бухгалтер выполняет также функции директора. Так же в его обязанности входят: разработка финансовой стратегии фирмы, составление финансовых планов, обеспечение деятельности фирмы: осуществление денежных переводов, подготовка финансовых отчетов и своевременное информирование руководства о финансовых результатах деятельности фирмы,

проводит экономический анализ финансово–хозяйственной деятельности организации по данным бухгалтерского учета, занимается страхованием фирмы и юридическими аспектами, принимает управленческие решения.

В функции начальника отдела кадров предприятия входят подбор, расстановка кадров, координирование работы аппарата и отдельных исполнителей, руководство подведомственными предприятиями и подчиненными работниками, принятие решений по вопросам деятельности предприятия или организации, контроль и обеспечение выполнения этих решений возложены на генерального директора и его заместителя. Основные задачи по работе с кадрами на предприятии ООО «Леоната» заключаются в следующем: проверка и ведение всей документации, поступающей от сотрудников компании (заявки на отпуск, работа с медицинскими страховками и больничными листами, расчет средств на командировки, обновление базы отпусков, подготовка статистических форм требуемых законом РФ), прием и увольнение работников предприятия ООО «Леоната». Основными локальными актами предприятия ООО «Леоната» на основании которых осуществляются взаимоотношения между работниками и работодателем являются следующие: приказ о командировке, служебное задание для направления в командировку, авансовый отчет, приказ о приеме работника на работу, приказ о прекращении трудового договора с работником,; записка расчет при расторжении трудового договора, командировочное удостоверение, приказ о поощрении работника, личная карточка работника, табель учета рабочего времени, график отпусков, записка-расчет о предоставлении отпуска работнику, платежная ведомость, штатное расписание, должностные инструкции; положение об охране труда; приказ о наложении взыскания, приказ о материально-ответственном лице; трудовой договор; положение о персональных данных работников учреждения; положение о предоставлении отпусков; график отпусков; положение об оплате труда и др. Таким образом, основным документом при поступлении работника на работу в ООО «Леоната», между работодателем и работником является

трудовой договор, который предусматривает основные положения между работником и работодателем: права и обязанности работника и работодателя, оплата труда работника, условия труда и режим работы, социальное страхование, ответственность сторон.

К административным отделам предприятия ООО «Леоната» относятся отдел сбыта и отдел закупок (коммерческий отдел), который занимается сбытом продукции и закупками у партнеров компании. Отдел маркетинга осуществляет рекламную деятельность, направленную на продвижение продукции предприятия, занимается изучением покупательского спроса населения и др.

Все работники предприятия ООО «Леоната» осуществляют свою деятельность на основании должностных инструкций. Продолжительность трудовой недели предприятия, режим труда и отдыха установлены правилами внутреннего трудового распорядка. Продолжительность рабочего времени при пятидневной рабочей неделе не превышает 40 часов, накануне праздничных нерабочих дней продолжительность работы сокращается на один час.

Важными показателями в деятельности предприятия являются показатели доходности, выручки, суммы капитала и другие. Рассмотрим кратко основные показатели деятельности компании ООО «Леоната» с 2013-2015г.г. на основании данных бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.

Таким образом, данные бухгалтерской отчетности предприятия ООО «Леоната» за 2013-2015г.г. показывают, что на протяжении анализируемого периода наблюдается рост выручки и себестоимости. При этом замечено, что выручка предприятия увеличилась на 9,11% и составила в 2015г. 41590, 0 тыс. руб. Себестоимость продаж за тот же период выросла на 4,72% и составила 38949,0 тыс. руб. Таким образом, темпы роста выручки опережают темпы роста себестоимости, что следует оценить положительно. По показателям валовой прибыли и прибыли от продаж также произошел рост и на конец

анализируемого периода эти показатели составили 2641 и 1112 тыс. руб. соответственно, рис.2.6.

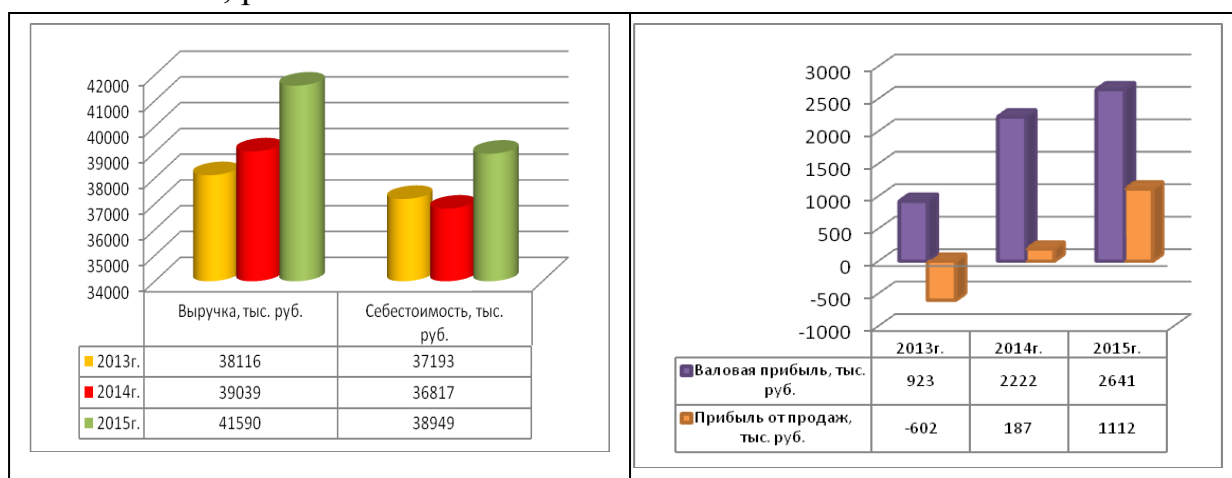


Рис.2.6. Динамика показателей выручки, себестоимости, валовой прибыли и прибыли от продаж предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Важными экономическими показателями в деятельности предприятия являются динамика и структура капитала. В частности, на анализируемом предприятии с 2013-2015 г.г. наблюдается увеличение общей суммы капитала на 12,72% и по состоянию на конец анализируемого периода капитал составил 10312 т.р. При этом, наибольшая доля в общей сумме капитала приходится на собственные источники финансирования и составляет более 80%, рис.2.7. Это свидетельствует о том, что предприятие ООО «Леоната» является финансово-независимым.

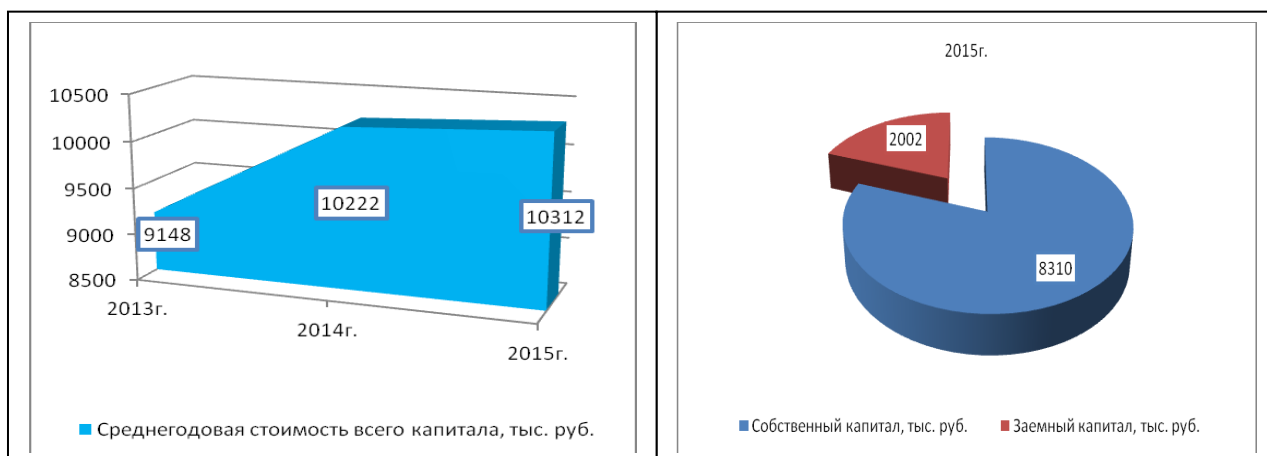


Рис. 2.7. Динамика среднегодовой стоимости капитала и структуры капитала предприятия ООО «Леоната».

Важными показателями в деятельности предприятия являются наличие товарных запасов и стоимости основных средств, которые на протяжении 2014-2015г.г. показывают рост, рис.2.8. В частности, стоимость основных средств выросла на 16,58% и составила на конец анализируемого периода 4893 тыс. руб. Стоимость запасов по данным на 2015 г. составила 3134 тыс. руб., а это на 26,98% выше показателя 2013 г.

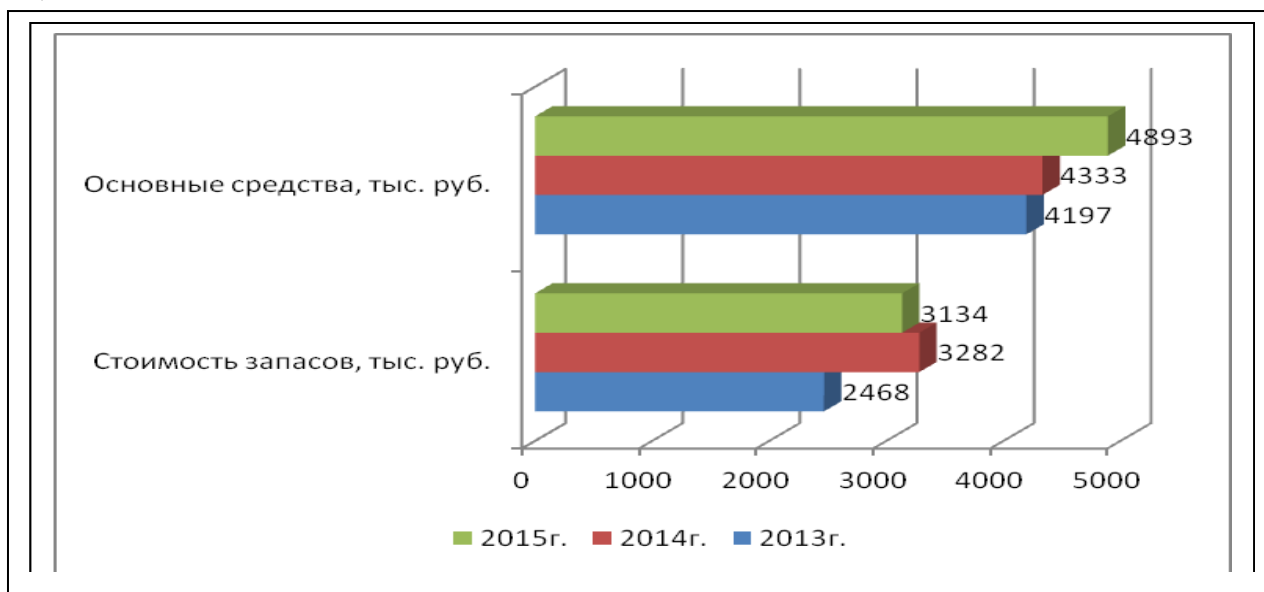


Рис. 2.8. Динамика основных средств и товарных запасов предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Таким образом, представленный анализ основных экономических показателей предприятия ООО «Леоната» за 2013-2015 г.г. показал, что в целом динамика численности предприятия является положительной и по данным на 2015г. среднесписочное число работников составило 44 чел. При этом наблюдается рост заработной платы, растет сумма капитала предприятия, компания не является финансово-зависимой, так как наибольший удельный вес в общей структуре капитала приходится на собственные источники финансирования. Кроме этого, было выявлено, что темпы роста выручки от реализации опережают темпы роста себестоимости, что является положительным фактором. При этом произошел как рост валовой прибыли, так и прибыли от продаж. Однако, для того, чтобы дать наиболее полную оценку

динамики затрат и финансовых показателей предприятия необходимо перейти к следующему параграфу исследования.

2.2. Оценка затрат и финансовых показателей деятельности ООО «Леоната»

Проведем анализ динамики затрат предприятия ООО «Леоната» по данным бухгалтерской отчетности с 2013-2015 г.г. В целом, общая сумма затрат предприятия, составляет 40478,0 тыс. руб., а это на 4,54% выше показателя 2013 г. При этом наибольший удельный вес в структуре затрат приходится на постоянные и на протяжении анализируемого периода показатель постоянных затрат составляет от 8899,0 тыс. руб. в 2013 г. до 21178,0 тыс. руб. в 2015 г. При этом постоянные затраты 2015 г. составляют 52,32% от общей суммы затрат предприятия. Меньшая доля приходится на переменные затраты и составляет 47,69%. В стоимостном выражении переменные затраты в 2015 г. составили 19300 руб., а это на 35,28% ниже показателя начала анализируемого периода, рис.2.9.

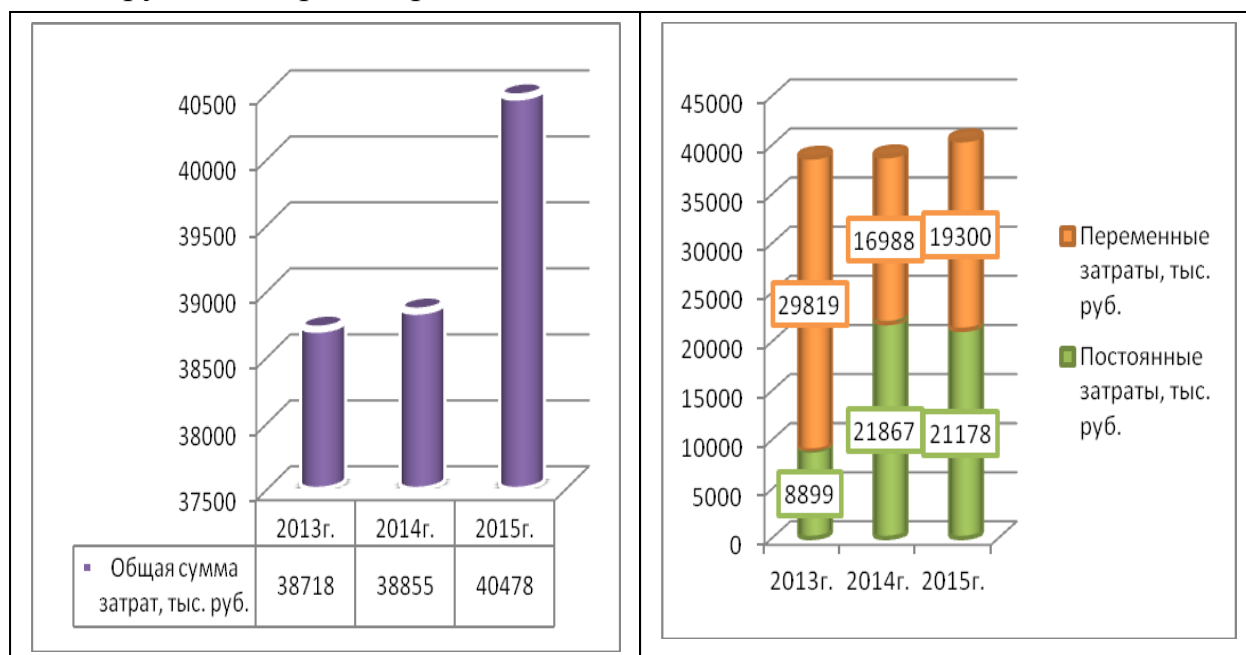


Рис. 2.9. Динамика общей суммы затрат на предприятии ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Заметим, что на протяжении анализируемого периода сумма постоянных затрат различная, это связано прежде всего с тем, что произошло изменение динамики численности работников и фонда заработной платы. Следует отметить, что постоянными затратами предприятия ООО «Леоната» являются затраты на оплату труда и отчисления на социальные нужды, затраты на аренду помещения и других видов основных средств, амортизация основных средств и ремонт, расходы на рекламу и прочие виды затрат. К переменным затратам относятся затраты на материалы (закупка тканей у поставщиков), в том числе затраты на упаковочные материалы и транспортные расходы. Наибольший удельный вес в общей структуре затрат приходится на материальные затраты (включая затраты на упаковку), доля этих затрат по данным на 2015 г. составила 45,31% в стоимостном выражении сумма затрат на материалы составила 18340 тыс. руб. Небольшая доля затрат приходится на ремонт основных средств и прочие виды затрат и по данным на 2015 г. сумма этих расходов составила 125 тыс. руб. и 149 тыс. руб. соответственно. Доля затрат на оплату труда составляет 36,26%, отчисления в социальные фонды составили 11,60%, рис.2.10.

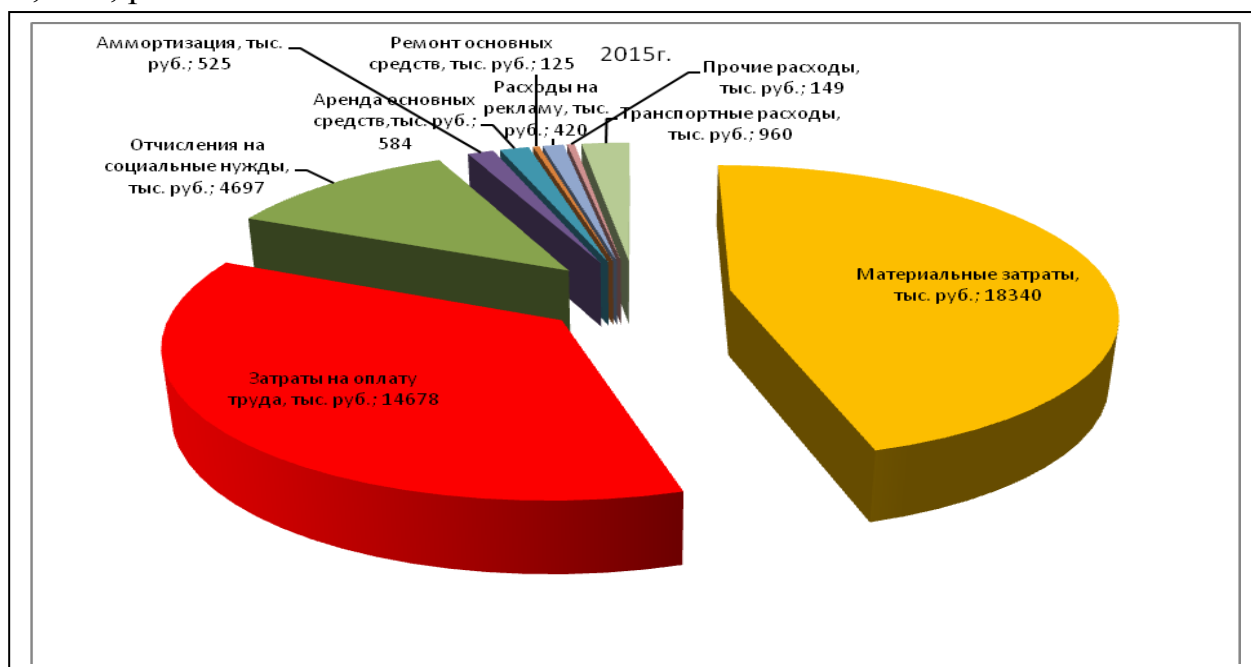


Рис.2.10. Структура затрат предприятия ООО «Леоната» по элементам затрат в 2015 г.

Таким образом, на предприятии ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г. наблюдается ежегодный рост затрат, наибольший удельный вес затрат приходится на материальные затраты (включая затраты на упаковку), затраты на заработную плату и отчисления на социальные нужды. Небольшая доля приходится на ремонт и амортизацию основных средств, аренду помещений и другого оборудования. Для того, чтобы провести анализ финансовых показателей, необходимо рассчитать основные показатели финансовой устойчивости, деловой активности, рентабельности, ликвидности. Проведем расчет данных показателей по формулам, представленным в прил.1 и покажем изменения в динамике. Основными показателями финансовой устойчивости являются показатели финансовой автономности, зависимости и финансового риска предприятия, рис.2.11.

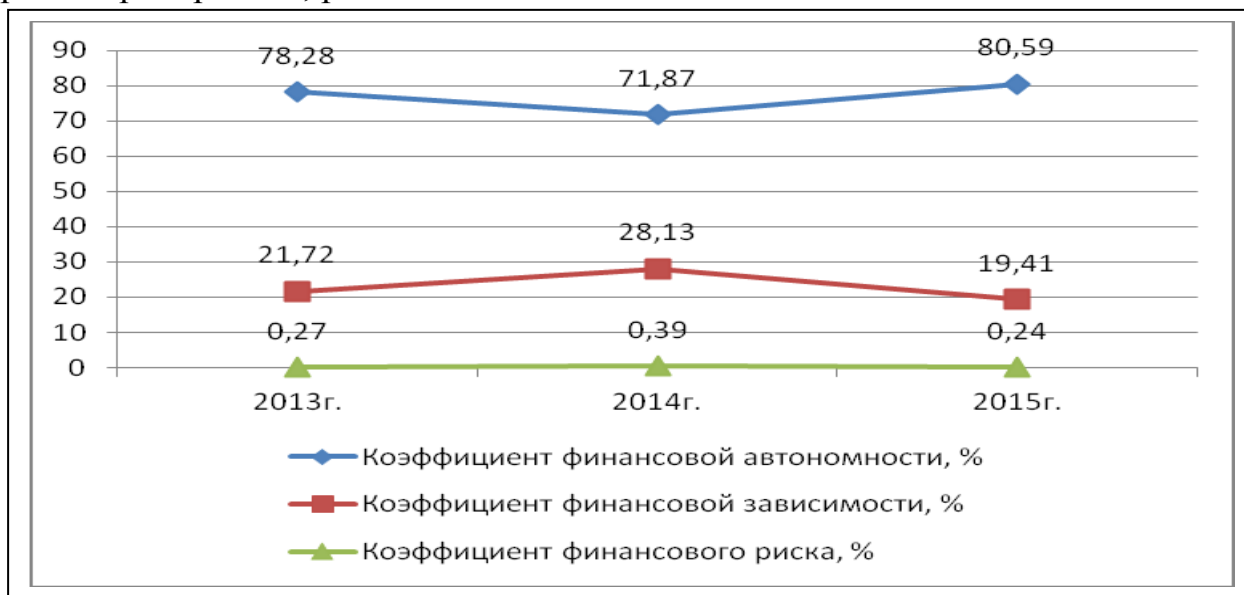


Рис.2.11. Динамика показателей финансовой устойчивости предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 гг.

Данные рис.2.11 показывают, что в основном имущество предприятия ООО «Леоната» сформировано за счет собственных источников, поэтому и коэффициент финансовой автономности достаточно высокий и составляет 78,28% в 2013 г. и 80,59% в 2015 г., т.е. наблюдаем увеличение коэффициента финансовой автономности на 2,31%. Коэффициент финансового риска на конец анализируемого периода снизился на 0,03 и составил 0,24, как показывает

динамика. Рассмотренные показатели ООО «Леоната» позволяют судить об улучшении показателей финансовой устойчивости. Одним из показателей, характеризующих финансовую устойчивость предприятия, является коэффициент маневренности капитала, который показывает, какая часть собственного капитала находится в обороте, т.е. в той форме, которая позволяет свободно маневрировать этими средствами. Коэффициент должен быть достаточно высоким, чтобы обеспечить гибкость в использовании собственных средств предприятия. Произведем расчет коэффициента маневренности капитала по формулам, представленным в прил.1, данные оформим в виде рис.2.12.

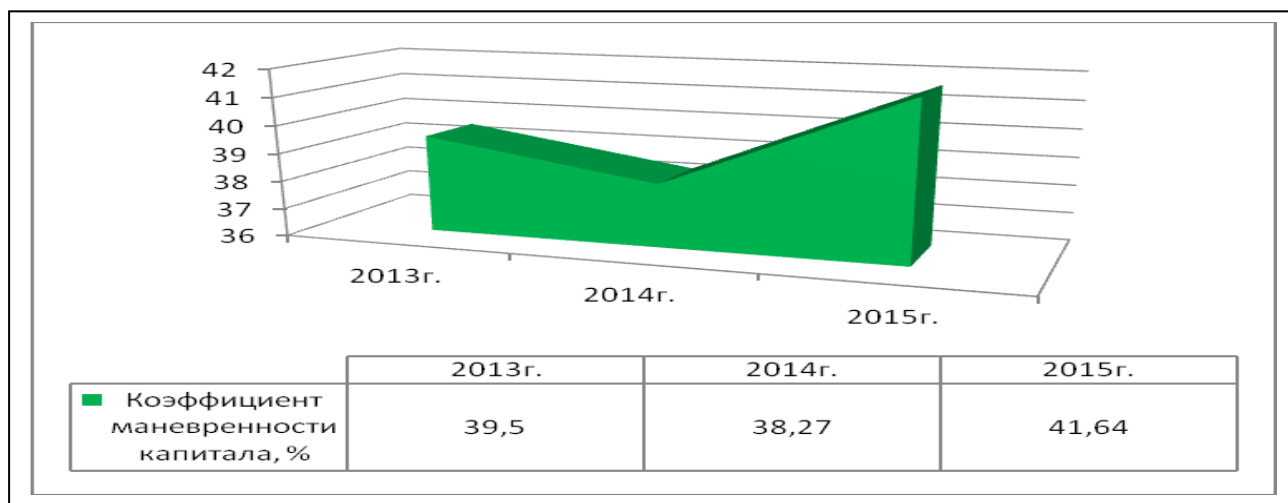


Рис.2.12. Динамика коэффициента маневренности капитала предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Данные рис.2.12 показывают, что в течении анализируемого периода наблюдается увеличение коэффициента маневренности капитала на 2,14%, это говорит о том, что доля капитала, находящегося в обороте предприятия ООО «Леоната» увеличилась, что следует оценить положительно.

Для оценки платежеспособности предприятия рассчитывают показатели ликвидности. Но для этого сгруппируем текущие активы по степени ликвидности, данные оформим в виде табл.2.1(прил.5). Рассчитанные показатели ликвидности представим в виде табл.2.2.(прил.5). Данные табл.2.2 показывают, что промежуточный и общий показатели находятся в норме.

Абсолютный показатель ликвидности ниже норматива и достигает в 2015г. 8,37%, а это ниже показателя начала анализируемого периода на 7,32%. Т.е. на основании этого можно сказать, что баланс предприятия ООО «Леоната» нельзя считать абсолютно ликвидным, рис.2.13.

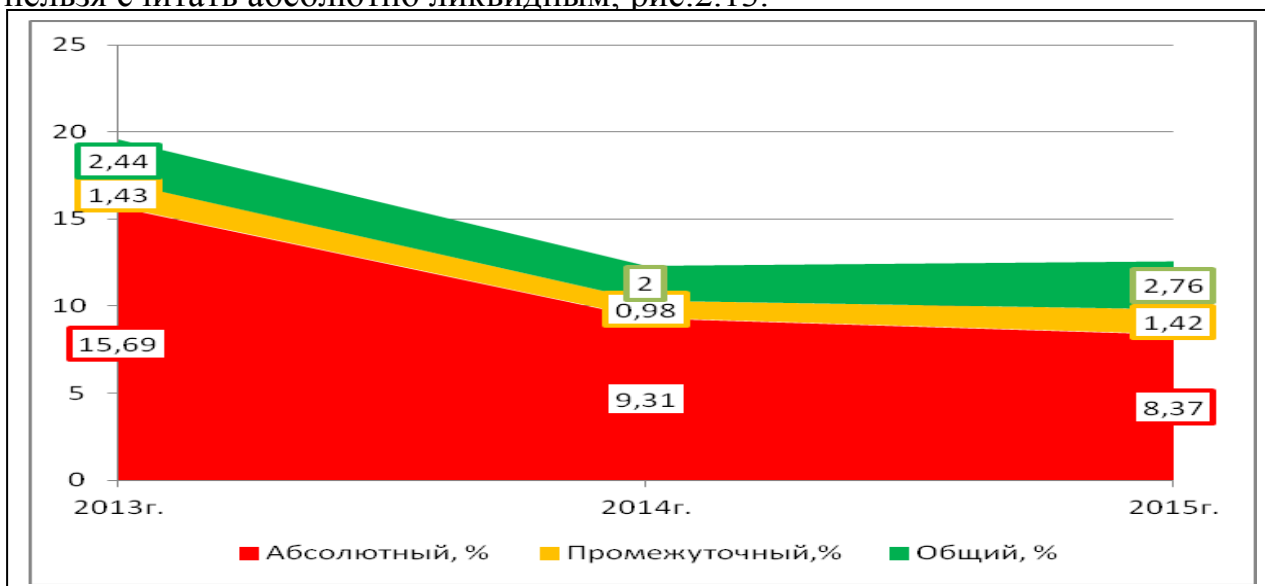


Рис.2.13. Динамика показателей ликвидности предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Показатели деловой активности позволяют оценить финансовое положение предприятия с точки зрения платежеспособности: как быстро средства могут превращаться в наличность, каков производственный потенциал предприятия, эффективно ли используется собственный капитал и трудовые ресурсы, как использует предприятие свои активы для получения доходов и прибыли.

Произведем анализ деловой активности на основании данных предприятия ООО «Леоната» по формулам, представленным в прил.1. Коэффициент оборачиваемости капитала показывает скорость оборачиваемости. В данном случае, на анализируемом предприятии произошло снижение оборачиваемости собственного капитала на 0,32 и коэффициент оборачиваемости всего капитала снизился на 0,13; по данным на конец анализируемого периода составил 4,03., рис.2.14.

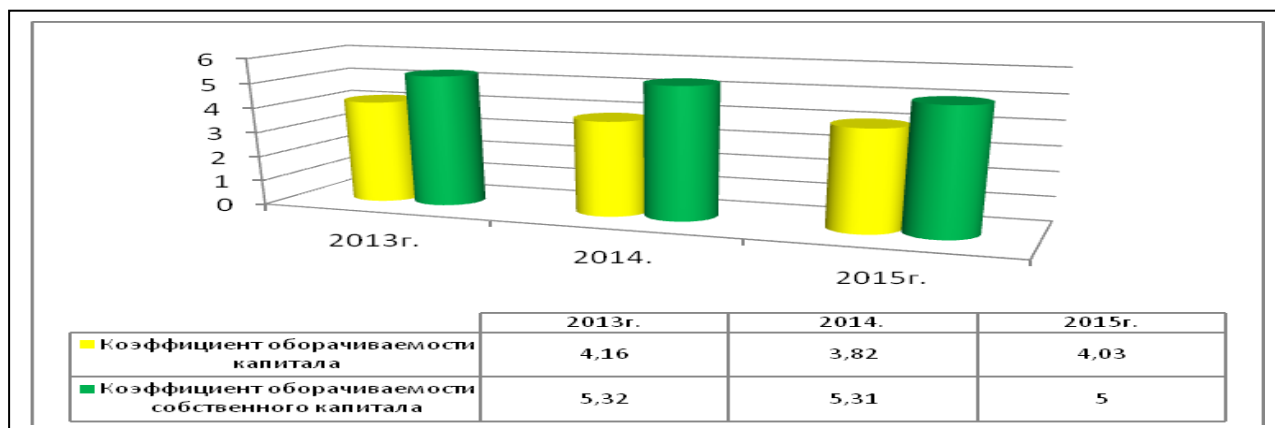


Рис.2.14.Динамика коэффициентов оборачиваемости капитала предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

В связи с увеличением суммы выручки и стоимости капитала продолжительность оборота увеличилась на 2,86 дня и в 2015 г. составила 89,26 дня, рис.2.15.

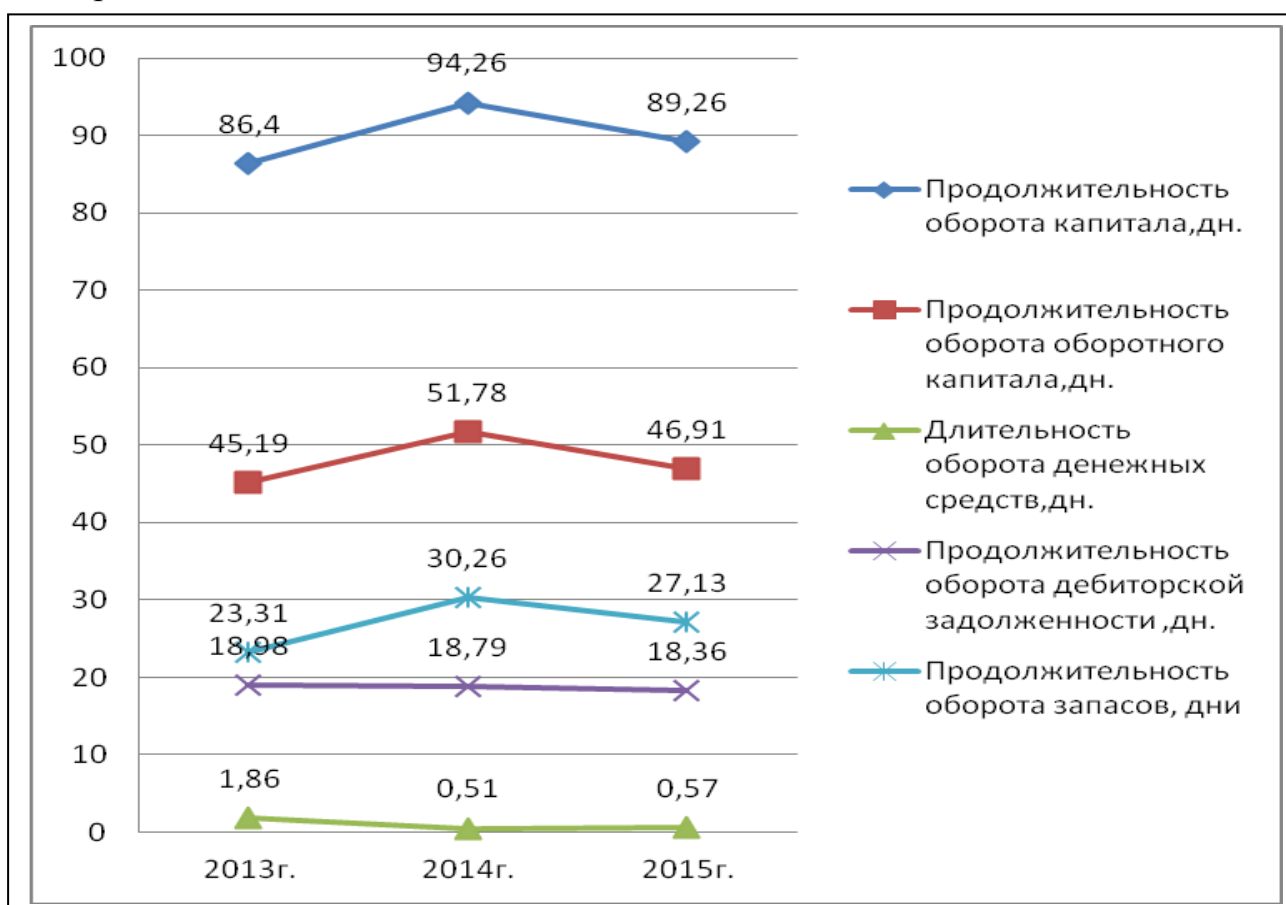


Рис.2.15. Динамика показателей деловой активности предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015г.г.

Продолжительность оборота совокупного капитала во многом зависит от его органического строения (соотношения основного и оборотного капитала). Чем выше доля основного капитала в общей его сумме, тем медленнее он оборачивается, и наоборот, при увеличении удельного веса оборотных активов ускоряется общая оборачиваемость капитала. Представленные расчетные данные по предприятию ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г. показывают, что в течении анализируемого периода произошло замедление оборота всего капитала и продолжительность оборота запасов на 1,72 дня и 3,82 дня соответственно. Длительность оборота денежных средств и дебиторской задолженности ускорилась на 1,29 дня и 0,62 дня соответственно, и по данным на конец анализируемого периода эти показатели составили 0,57 дн. и 18,36 дн., рис.2.15.

Таким образом, показатели деловой активности предприятия ООО «Леоната» свидетельствуют о замедлении оборачиваемости оборотного капитала и запасов, это свидетельствует о снижении деловой активности компании. Для того, чтобы дать наиболее полную оценку финансовых показателей, необходимо провести динамику рентабельности по формулам, представленным в прил.1., оформим расчеты в виде табл.2.3 (прил.5). Представленные расчеты показывают, что показатели рентабельности к 2015 г. увеличились, рис.2.16. Так, в 2013-2014г.г. показатели рентабельности имели отрицательное значение, так как чистая прибыль предприятия ООО «Леоната» была отрицательной. Рентабельность переменного капитала и коэффициент устойчивости экономического роста по данным на конец анализируемого периода увеличились на 21,15% и 21,25% соответственно, рис.2.16.

Экономическая рентабельность увеличилась в 2015г. более чем на 16% и составила 8,65%. Рентабельность всего капитала показала незначительный рост в пределах 0,08%, тогда как в начале анализируемого периода она и вовсе имела отрицательное значение, что следует оценить положительно.

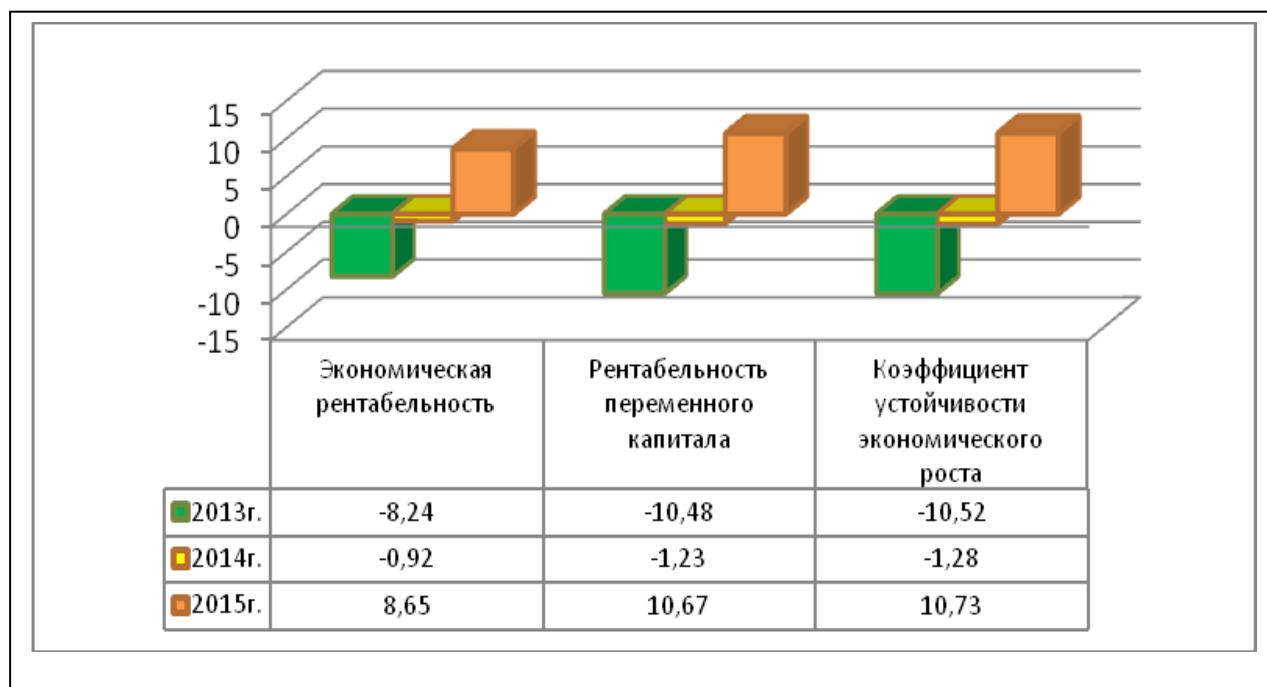


Рис.2.16. Динамика экономической рентабельности, рентабельности переменного капитала и коэффициента экономического роста предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

В среднем на четыре процента произошел рост показателей бухгалтерской рентабельности, рентабельности от продаж и чистой рентабельности предприятия, рис.2.17.

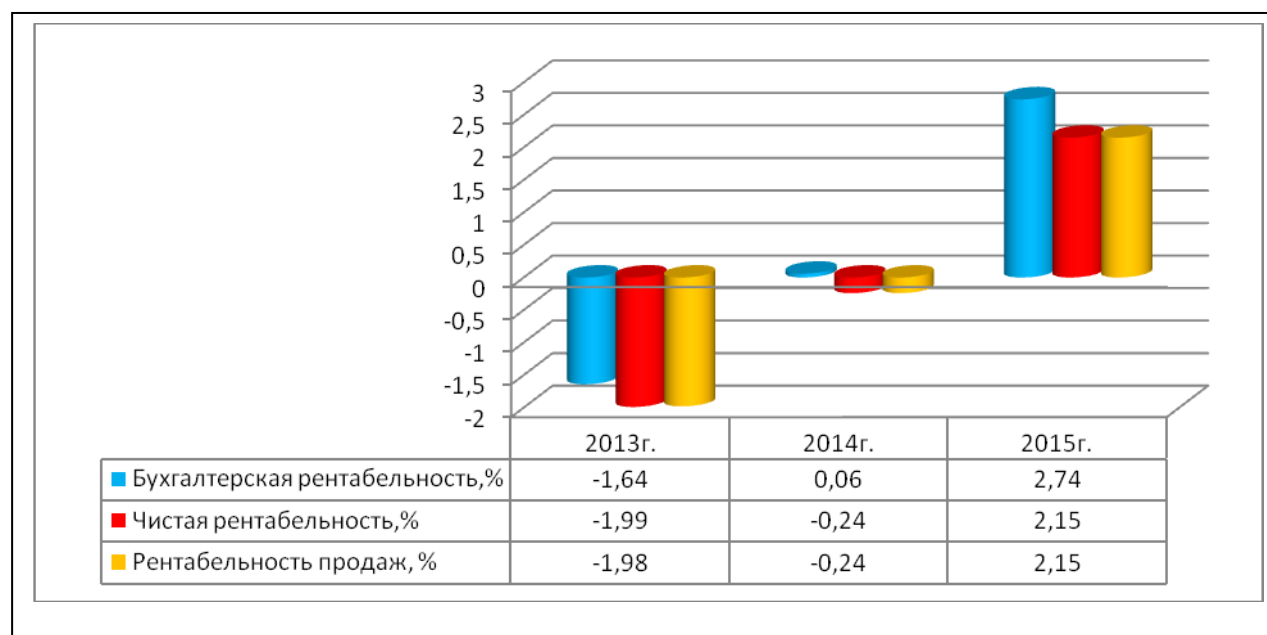


Рис.2.17. Динамика показателей бухгалтерской рентабельности, рентабельности продаж и чистой рентабельности предприятия ООО «Леоната» с 2013 -2015 г.г.

Таким образом, представленный выше анализ затрат и финансовых показателей предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г. показал, что на протяжении анализируемого периода в компании наблюдается рост затрат, при этом наибольший удельный вес приходится на материальные затраты и отчисления на социальные нужды. Небольшая доля затрат идет на амортизацию основных средств, ремонт, рекламные и прочие мероприятия. Объемы выручки показали рост, при этом темпы роста себестоимости ниже, темпов роста оборота компании, что является положительным фактором. Показатели деловой активности замедлились, баланс предприятия ООО «Леоната» нельзя назвать абсолютно ликвидным, так как не все показатели ликвидности находятся в норме, показатели финансовой устойчивости компании свидетельствуют о финансовой независимости, так как наибольшая доля капитала предприятия сформирована за счет собственных источников финансирования. В целом сумма капитала компании на протяжении последних трех лет показывает рост, произошел рост также и по стоимости основных средств и товарных запасов. Показатели рентабельности к концу анализируемого периода увеличились и имеют положительное значение, однако в предыдущие годы, в связи с отрицательными показателями доходности компании, рентабельность имела существенный минус. Для того, чтобы рассмотреть подробнее анализ показателей прибыльности и безубыточности продаж предприятия ООО «Леоната» необходимо перейти к следующему параграфу исследования.

2.3. Оценка динамики прибыли и безубыточности продаж в ООО «Леоната»

На предприятии ООО «Леоната» , как и на любом другом коммерческом предприятии существует прибыль от основной деятельности(от продажи товаров, работ, услуг), прибыль от операционной деятельности, прибыль до налогообложения и чистая прибыль предприятия. Данные статистической

отчетности, представленные в прил.4 показывают, что в течении 2013-2014 г.г. компания имела отрицательный показатель чистой прибыли, который составил –754 тыс. руб. в начале анализируемого периода и минус 94 тыс. руб. по данным 2014 г., рис.2.18.

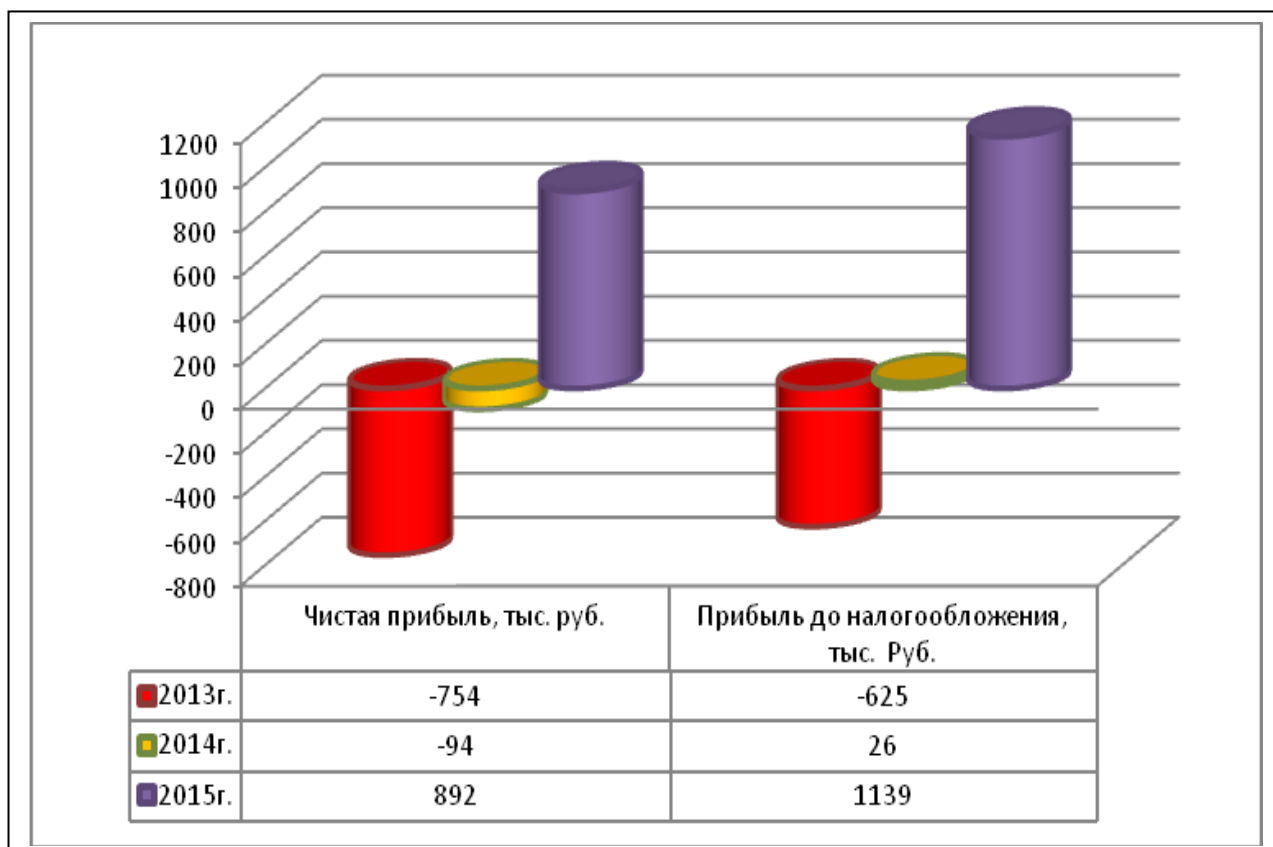


Рис. 2.18.Динамика чистой прибыли и прибыли до налогообложения предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Важно отметить, что к концу анализируемого периода показатель чистой прибыли имеет положительное значение и составил 892 тыс. руб. Следует отметить, что на снижение показателей чистой прибыли повлияли в основном рост коммерческих расходов, это снизило показатель прибыли от продаж в 2013 г. и убыток составил минус 602 тыс. руб. сумма прочих операционных расходов в размере 23 тыс. руб. увеличила показатель убытка и прибыль до налогообложения в 2013 г. составила минус 625 тыс. руб. В 2014-2015 г.г. ситуация улучшилась и прибыль до налогообложения вышла в плюс и составила 26 тыс. руб. и 1139 тыс. руб. соответственно, рис.2.18.

На увеличение показателей прибыли до налогообложения оказали влияние также доходы от операционной деятельности. В частности, прочие операционные доходы увеличились на 96 тыс. руб., внереализационные доходы возросли на 191, 0 тыс. руб., рис.2.19. Как уже было описано выше, сумма валовой прибыли и прибыли от продаж на конец анализируемого периода увеличились и имеют положительное значение.

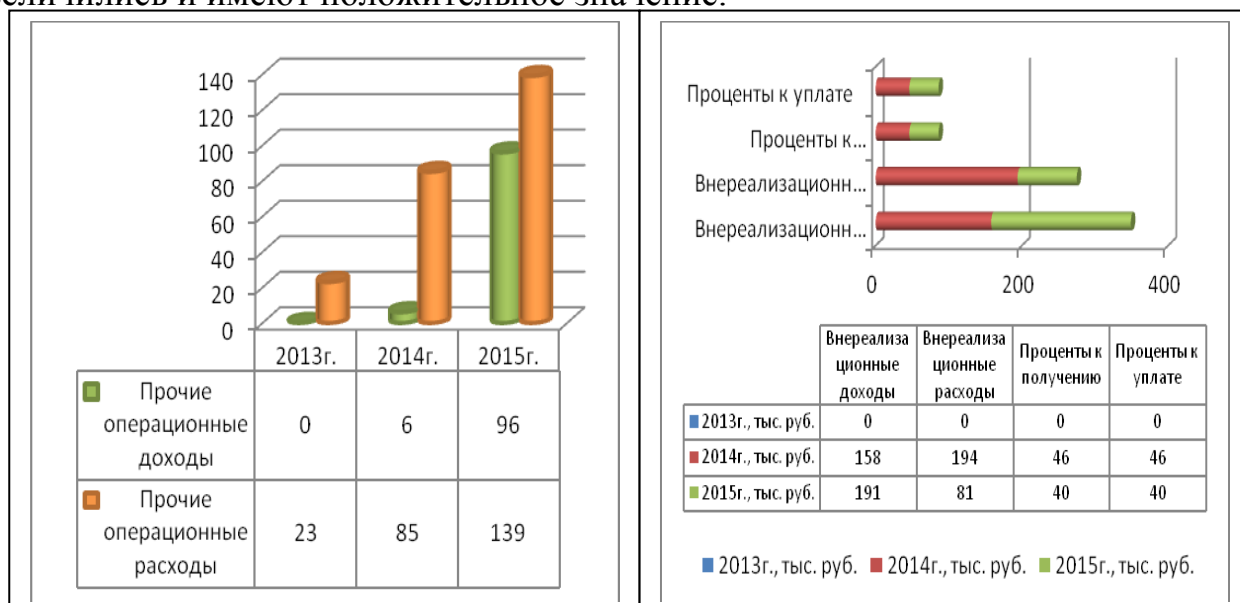


Рис. 2.19.Динамика доходов и расходов компании ООО «Леоната» от не основной деятельности с 2013-2015 г.г.

Следует только отметить, что компания ООО «Леоната» имеет прибыли не только от реализации тканей и фурнитуры различных производителей, но и также за счет партнеров оказывает дополнительные услуги- пошив одежды. При этом, компания ООО «Леоната» получает определенный процент от заказов, который составляет в среднем 20% от стоимости заказа. Таким образом, показатель валовой прибыли складывается за счет реализации тканей и фурнитуры и пошива одежды. Наибольшую долю прибыли дает, безусловно, реализация тканей и одежды и по данным на 2015 г. прибыль от реализации тканей и одежды составила 2218,0 тыс. руб., а это составляет 83,98% от общей валовой прибыли компании ООО «Леоната». Небольшая доля прибыли приходится на доходы от пошива одежды и различных изделий и в 2015 г. она составила 423 тыс. руб., рис.2.20.

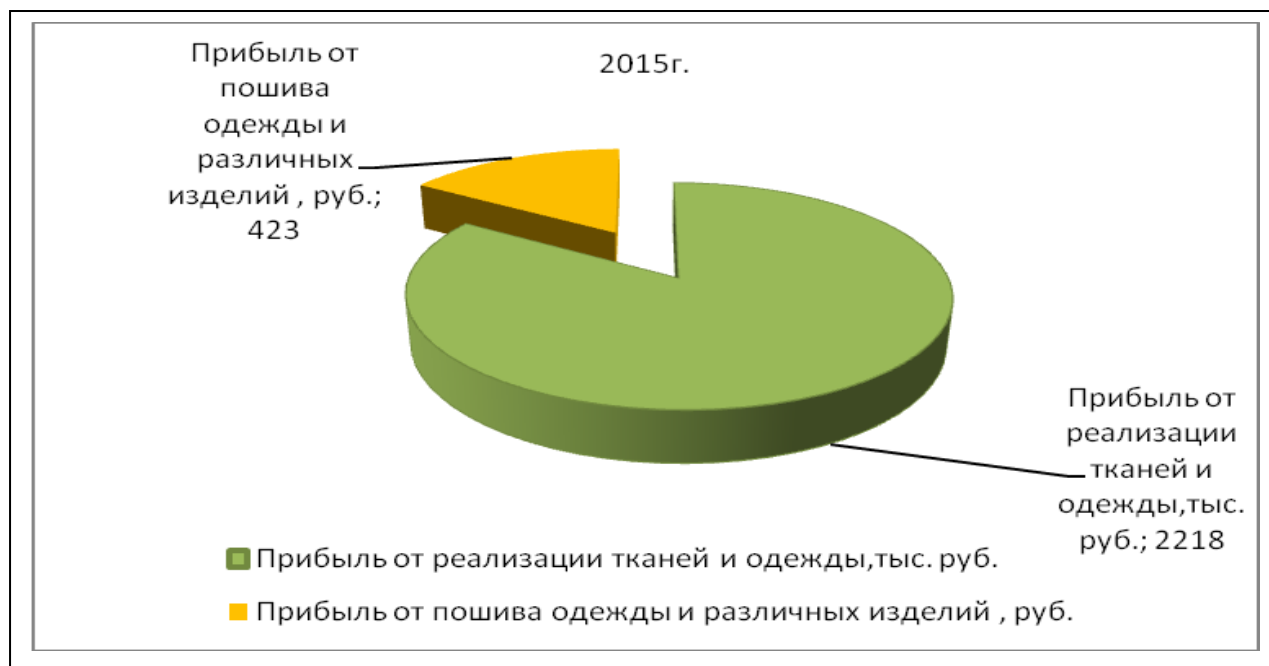


Рис. 2.20. Структура прибыли компании ООО «Леоната» от основной деятельности в 2015 г.

Представленный выше анализ показателей прибыли предприятия ООО «Леоната» показал, что к 2015г. чистая прибыль предприятия имеет положительное значение, тогда как в 2013-2014 г. компания работала в убыток. На рост показателей прибыли оказали влияние увеличение объемов реализации и снижение темпов роста затрат. При этом, замечено, что наибольший удельный вес прибыли приходится на прибыль от реализации тканей и фурнитуры, небольшая доля приходится на оказание дополнительных услуг (пошив изделий), которые компания ООО «Леоната» оказывает за счет сторонних организаций (ателье г. Москвы). Следует отметить, что структура затрат компании на протяжении анализируемого периода различная, в частности имеет динамику роста постоянных затрат и динамику снижения переменных. Это связано прежде всего с тем, что затраты на оплату труда и отчисления на социальные нужды, являются постоянными, так как не зависят от объемов реализации и на предприятии существует почасовая окладная система оплаты труда. При этом за анализируемый период произошло существенное изменение численности работников и фонда заработной платы., табл.2.4(прил.5).

Данные табл.2.4. показывают, что общая сумма затрат на заработную плату возрасла на 9302 тыс. руб. и составила в 2015 г. 14678 тыс. руб. , Отчисления на социальные нужды составили 4697 тыс. руб., а это на 2977 тыс. руб. выше показателя 2013 г., рис. 2.21. По другим видам постоянных затрат существенных изменений не наблюдается, в целом сумма постоянных затрат возросла на 12279 тыс. руб. и составила 21178 тыс. руб. по данным на конец анализируемого периода.

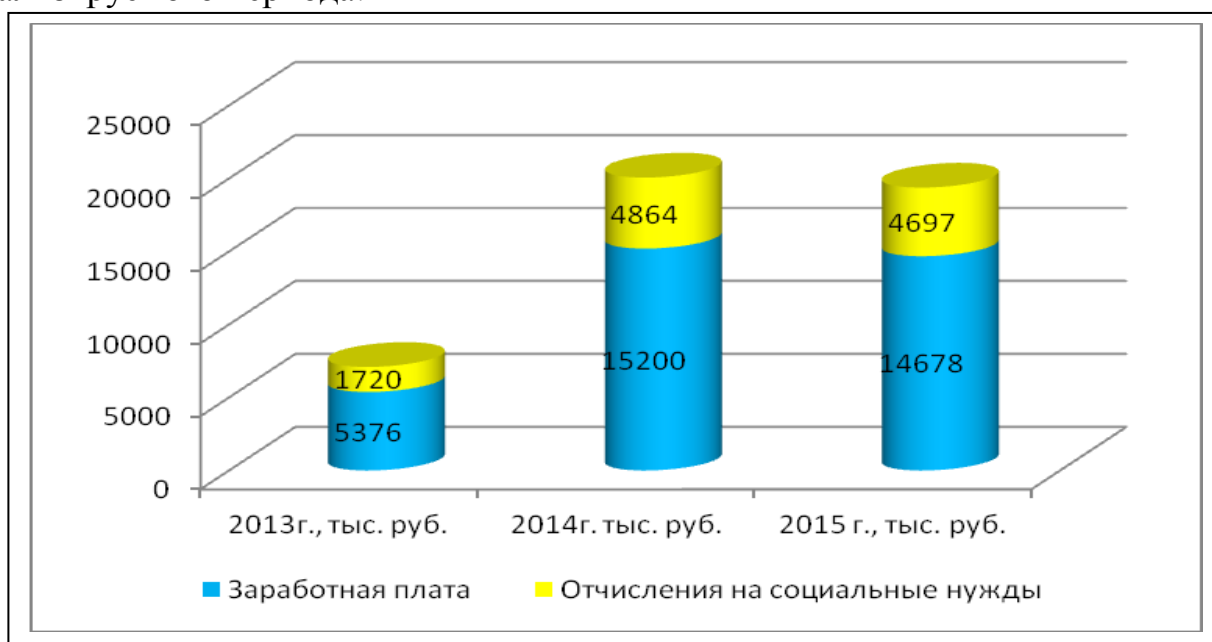


Рис.2.21. Динамика заработной платы и расходов на социальные нужды предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Переменные затраты компании снизились за счет уменьшения стоимости покупных материалов (ткани, фурнитура, упаковочный материал) на 10683 тыс. руб. Незначительный рост наблюдается по транспортным расходам и составил 164 тыс. руб. , рис.2.22.

В целом переменные затраты компании снизились на 10519 тыс. руб. В связи с изменением структуры затрат предприятия ООО «Леоната» произошло и изменение маржинального дохода и порога рентабельности (точка безубыточности). Рассмотрим подробнее эти показатели , рассчитав их по формулам, представленным в прил.5. Данные оформим в виде табл.2.5(прил.5).

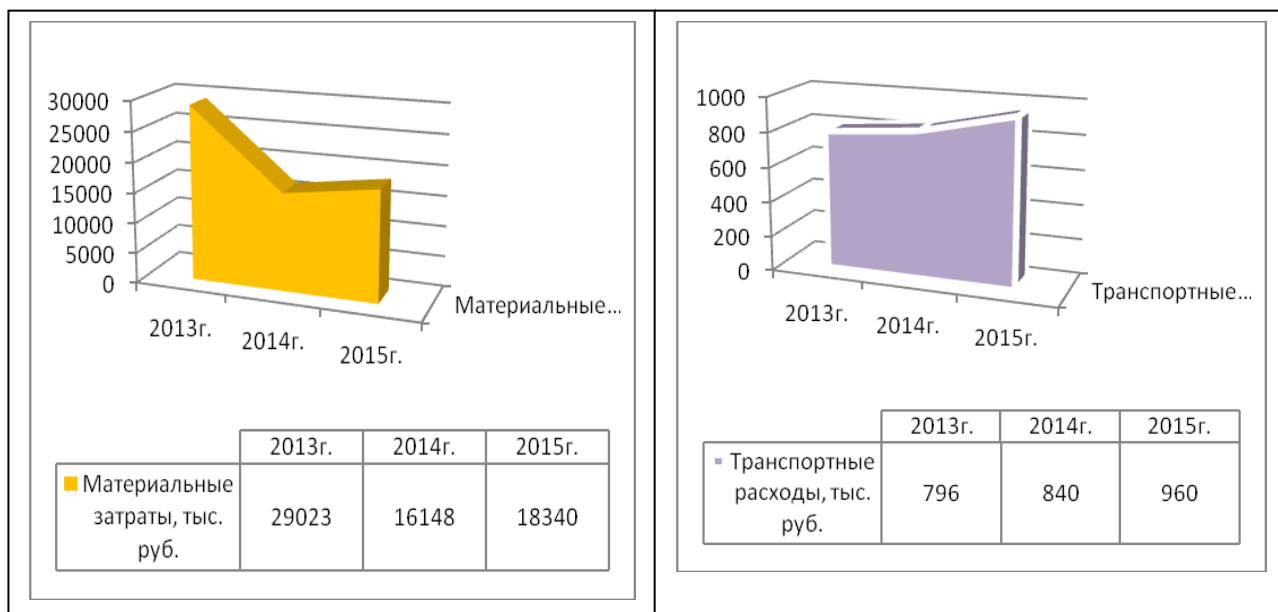


Рис.2.22.Динамика материальных затрат и транспортных расходов предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Как показывают данные табл.2.5 в течении анализируемого периода на предприятии ООО «Леоната» наблюдается увеличение маржинального дохода на 13933 тыс. руб., а доля маржинального дохода в выручке увеличилась на 31,83%, рис.2.23.

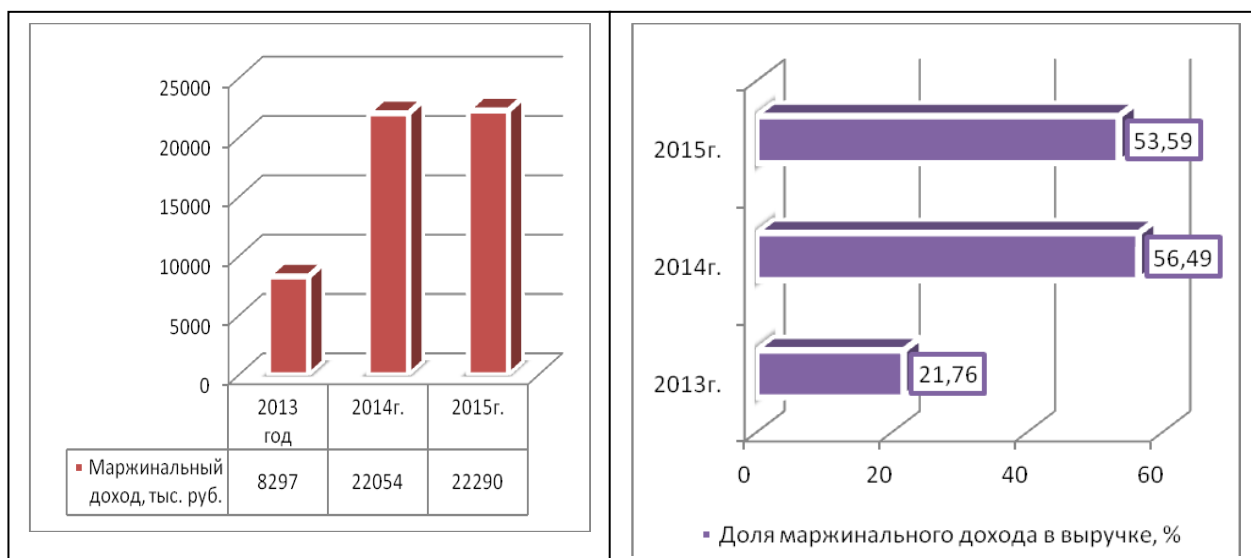


Рис.2.23. Динамика маржинального дохода и доли маржинального дохода в выручке предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Запас финансовой устойчивости увеличился и составил на конец анализируемого периода 4,98, в 2013 г. запас финансовой устойчивости (ЗФП)

имел отрицательное значение. Динамика порога рентабельности показывает снижение, и по данным на конец анализируемого периода точка безубыточности предприятия ООО «Леоната» снизилась на 1377,5 тыс. руб. и составила 39518,6 тыс. руб., рис. 2.24.

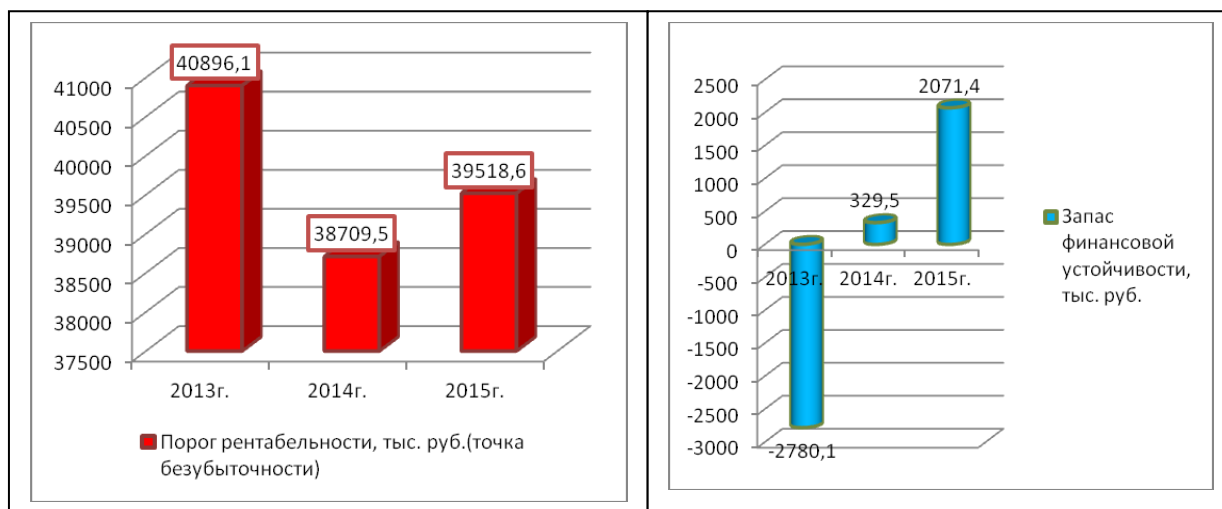


Рис.2.24.Динамика порога рентабельности и запаса финансовой устойчивости предприятия ООО «Леоната» с 2013-2015 г.г.

Порог рентабельности показывает, при какой выручке рентабельность равна нулю. Т.е. при выручке 39518,6тыс. руб. по показателям 2015 г. рентабельность равна нулю. Но в нашем случае выручка предприятия выше и составила в 2015 г. 41590тыс. руб., а это выше порога рентабельности на 2071,4тыс. руб. или на 4,98%, рис.2.25(прил.5).

Таким образом, для того, чтобы достичь безубыточного объема реализации необходимо предприятию ООО «Леоната» реализовать тканей на сумму 39518,6 тыс. руб. А так как средняя цена одного погонного метра ткани в 2015 г. составила 2307 руб. (2,3 тыс. руб.), то следовательно безубыточный объем продаж в 2015 г. составил 17182 погонных метра ткани. Важно отметить, что для расчета безубыточного объема продаж был взят средний показатель цены товара, в данном случае погонного метра ткани. Однако, целесообразно проводить такой анализ по каждому наименованию изделий, если компания занимается каким-либо одним видом производства или реализации товара. В данном случае, предприятие ООО «Леоната» осуществляет реализацию

различных видов тканей и фурнитуры, поэтому взят средний показатель. В любом случае, представленный анализ показал, что компания в 2015 г. работала в прибыль и имеет запас финансовой прочности, хотя этот показатель не высок. В 2014 г. компания имеет незначительный запас финансовой устойчивости, который составил 0,84, это свидетельствует о том, что предприятие практически не имело прибыли, в 2013 г. деятельность ООО «Леоната» была убыточной.

Известно, что разность между фактическим количеством реализованной продукции и безубыточным объемом продаж продукции - это зона безопасности (зона прибыли), и чем больше она, тем прочнее финансовое состояние предприятия. Таким образом, согласно представленным выше расчетам, финансовое состояние компании ООО «Леоната» в 2015г. улучшилось. Однако, запас финансовой прочности не является достаточно высоким, поэтому для увеличения финансового запаса, повышения платежеспособности, ликвидности и рентабельности показателей организации, необходима разработка наиболее сильных управленческих решений, направленных на безубыточную работу всего предприятия. Для того, чтобы рассмотреть основные резервы роста прибыльности и безубыточности компании ООО «Леоната» является необходимым перейти к следующей главе дипломной работы.

ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ С ЦЕЛЬЮ УЛУЧШЕНИЯ БЕЗУБЫТОЧНОЙ РАБОТЫ

3.1. Рекомендации по улучшению управления финансовым результатом

3.2. Прогноз финансовых результатов и безубыточной работы ООО

«Леоната»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

(примерный)

1. Баканов М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник/ Под ред. М.И. Баканова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 536 с.
2. Барнгольц С.Б., Мельник М.В. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующих субъектов. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 240 с.
3. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Серия: Высшее образование Издательство: Инфра-М, 2010-215с.
4. Бирман Г., Шмидт С. Капиталовложения: Экономический анализ инвестиционных проектов / Пер. с англ. под ред. Л. П. Белых. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
5. Боди Зви, Кейн Алекс, Маркус Алан. Принципы инвестиций, 4-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильянс», 2002.
6. Бороненкова С.А. Управленческий анализ: Учеб пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007 – 384 с.

7. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп–Бизнес», 2004.
8. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: Полный курс: В 2-х т. / Пер. с англ. под ред. В. В. Ковалева. СПб.: Экономическая школа, 2004.
9. Бригхэм Юджин Ф. Энциклопедия финансового менеджмента: Сокр. пер. с англ. / Ред. кол.: А. М. Емельянов, В. В. Воронов, В. И. Кушлин и др. – 5-е изд. – М.: РАГС; ОАО «Изд-во “Экономика”», 1998.
10. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами: Пер. с англ. / Гл. ред. серии Я. В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2001.
11. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / М.А. Вахрушина. – 7-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2008. – 570 с.
12. Волкова О.Н. Управленческий учет: учеб. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2008. – 472 с.
13. Галенко В. П., Самарина Г. П., Страхова О. А. Бизнес-планирование в условиях открытой экономики: учеб. пособие. - М.: Академия, 2008. - 147 с.
14. Герасимова Е.Б.
15. Губина О.В., Губин В.Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Практикум: учебное пособие / О.В. Губина, В.Е. Губин. – 2 –е изд., перераб. и доп. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА –М, 2012 .- 192 с. – (Профессиональное образование).
16. Дамодаран Асват. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
17. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: Учебник. - 7-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело и Сервис, 2009. - 384 с.
18. Даулинг Г.Р. Наука и искусство маркетинга: профессиональный взгляд на маркетинг[текст]. М.: Вектор, 2010г.

19. Дебелак Д. Планирование в маркетинге: выигрышные стратегии для любого малого бизнеса [текст]. М.: Вектор, 2009г.
20. Дружинин А.И., Дунаев О.Н. Управление финансовой устойчивостью, Екатеринбург: ИПК УГТУ, 2008 -113 с.
21. Ефимова О.В., Мельник М.В. Анализ финансовой отчетности. – М: Омега - Л, 2012. – 400 с.
22. Ионова А.Ф., Селезнева Н.Н. Финансовый менеджмент. Учебное пособие для вузов.- М.: ТК Велби, «Прспект», 2010 с 147.
23. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник, - М.: Велби, 2010. – 424 с.
24. Колб Р. В., Родригес Р. Дж. Финансовый менеджмент: Учебник / Пер. с англ. издания. – М.: Издательство «Финпресс», 2001.
25. Комплексный экономический анализ предприятия / Под ред. Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. — СПб.: Питер, 2009. —576 с.: ил. — (Серия «Учебник для вузов»).
26. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник/ Л.Т. Гиляровская (и др.). – М.: Велби: Проспект, 2006. – 360 с.
27. Лебеда Т.А. Анализ безубыточности и маржинальной прибыли в процессе планирования производства //Теория и практика управления. — 2008. — №4. — С.78-92.
28. Лебедев П. Финансовый анализ на службе дистрибуции // Консультант. – 2011.— №5.
29. Любушин Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 448 с.
30. Любушин Н.П., Лещёва В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятий: Учебное пособие для вузов / Под ред. Проф. Н.П. Любушина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 471с.

- 31.Лытнев О.Н. Маржинальный анализ в торговле//Управление корпоративными финансами.—2010.—№2.
- 32.Макмиллан Лоуренс Г. Опционы как стратегическое инвестирование. Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Издательский дом «ЕВРО», 2003.
- 33.Максимо В. Энг, Френсис А. Лис, Лоуренс Дж. Мауер. Мировые финансы. Пер. с англ. – М.: ООО Издательско-консалтинговая компания «ДеКА», 1998.
- 34.Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П., Маркарьян С.Э. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / — 2е изд., перераб. и доп. -М. : КНОРУС, 2010. — 536 с.
- 35.Мицкевич А. Анализ безубыточности: НТП, структура затрат и эффект обучения// Корпоративные стратегии. – 2007. - № 48, с.15-18.
- 36.Маркетинг: учебник/А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. под ред. А.Н. Романова.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012 г.-560 с.
- 37.Наумова, Н. В. Эффективное управление капиталом и источниками его покрытия на промышленных предприятиях региона / Н. В. Наумова, Б. И. Герасимов, Л. В. Пархоменко. – Тамбов : ТГТУ, 2004. – 104 с.
- 38.Петрова В.И., Петров А.Ю., Кобищан И.В., Козельцева Е.А. Управленческий учет и анализ. С примерами из российской и зарубежной практики: Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2010. —304 с. — (Высшее образование).
- 39.Росс С., Вестерфилд Р., Джордан Б. Основы корпоративных финансовых / Пер. с англ. – М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2001.
- 40.Россия в цифрах 2015г. Статистический сборник.[Электронная версия]// Официальный сайт Федеральной Службы Финансовой Статистики <http://www.gks.ru>.
- 41.Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 288 с.

42. Савчук В.П. Управление финансами предприятия. - М.: Бином, 2010.- 480 с.
43. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ: Учебное пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
44. Управленческий учет: учебное пособие / П.М. Мансуров. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – 175 с.
45. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник / Под ред. Е. С. Стояновой. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «перспектива», 2002.
46. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Серия: Университетская серия. Издательство: Маркет ДС, 2010 г.- 208 с.
47. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. 9-е издание, исправленное и дополненное. Издательство: Дело, 2011 г. – 448 с.
48. Фокс Джеффри Дж. Как стать волшебником продаж. Правила привлечения и удержания клиентов.[текст]. – М.: Издательство: Альпина Бизнес Букс, 2010г. 170с.
49. Хохлов Н.В. Управление риском. М.: Юнити – Дана, 2010г. 239 с.
50. Хершген, Х. Маркетинг: основы профессионального успеха / Х. Хершен – М.: ИНФРА – М, 2009. – 334с.
51. Черкасов В.В. / Проблемы риска в управленческой деятельности. М: Рефл- бук, К.: Ваклер, 2009. 288 с.
52. Чая В.Т., Чупахина Н.И. Управленческий учет: учебное пособие. - М.: Эксмо, 2009. - с.267.
53. Ченг Ф. Ли, Джозеф И. Финнерти. Финансы корпораций: теория, методы и практика. Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2000.
54. Чуев И.Н., Чуева А.Н. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности. – М.: Издательство: Дашков и Ко, 2013, 384с.
55. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности – М.: ИНФРА-М, 2010. – 415 с.

56. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: Учебник. – 3-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 352 с. - (Высшее образование).
57. Янковский К. П., Мухарь И. Ф. Управленческий учет: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2011. — 368 с.: ил. — (Серия «Учебное пособие»).

Электронные ресурсы

1. Анализ безубыточности [Электронный ресурс]//Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/article/54759/>
2. Ласица М.В., Лизакова Р.А. Повышение эффективности управления затратами на основе CVP-анализа [Электронный ресурс]//Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/povyshenie-effektivnosti-upravleniya-zatratami-na-osnove-cvp-analiza>
3. Мицкевич А. Различные способы анализа безубыточности [Электронный ресурс]//Режим доступа: http://www.intalev.ru/agregator/finance/id_138999/
4. Маркова О.В., Дуань Юнь Финансовая оценка объема продаж, обеспечивающего безубыточное производство [Электронный ресурс]//Режим доступа: <http://www.upruchet.ru/articles/2006/4/4594.html>
5. Никонова И.А. Использование маржинального анализа в принятии управленческих решений [Электронный ресурс]//Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2007/12/12/marzhinal_analiz_prinjatije_reshenijj.html

ПРИЛОЖЕНИЯ