



**Помощь студентам  
онлайн! Без посредников!  
Без предоплаты!  
<http://diplomstudent.net/>**

Тема: «Анализ безубыточности деятельности экономических субъектов»  
Теоретическая глава ВКР: Теоретические аспекты безубыточности:

**ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ**

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

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

**1.3. Основные направления для безубыточной работы предприятия**

## 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):

$$В - \text{ПерЗ} - \text{ПостЗ} = \Pi, (1)$$

где В- выручка, руб.; ПерЗ- переменные затраты, руб.; ПостЗ- постоянные затраты, руб.;  $\Pi$ -прибыль, руб.

$$(\text{Ц} \times \text{К}) - (\text{ПерЗ} \times \text{К}) - \text{ПостЗ} = \Pi, (2)$$

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

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

$$\Pi = P \times X - (a + v \times X) \text{ или } \Pi = (P - v) \times X - a (3);$$

где:  $\Pi$  - прибыль за исследуемый период, P - цена продажи единицы произведенной фирмой продукции, X - объем произведенной и проданной продукции за указанный период, a - уровень фиксированных (постоянных) расходов, v – 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  $\Pi_3$  – 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.

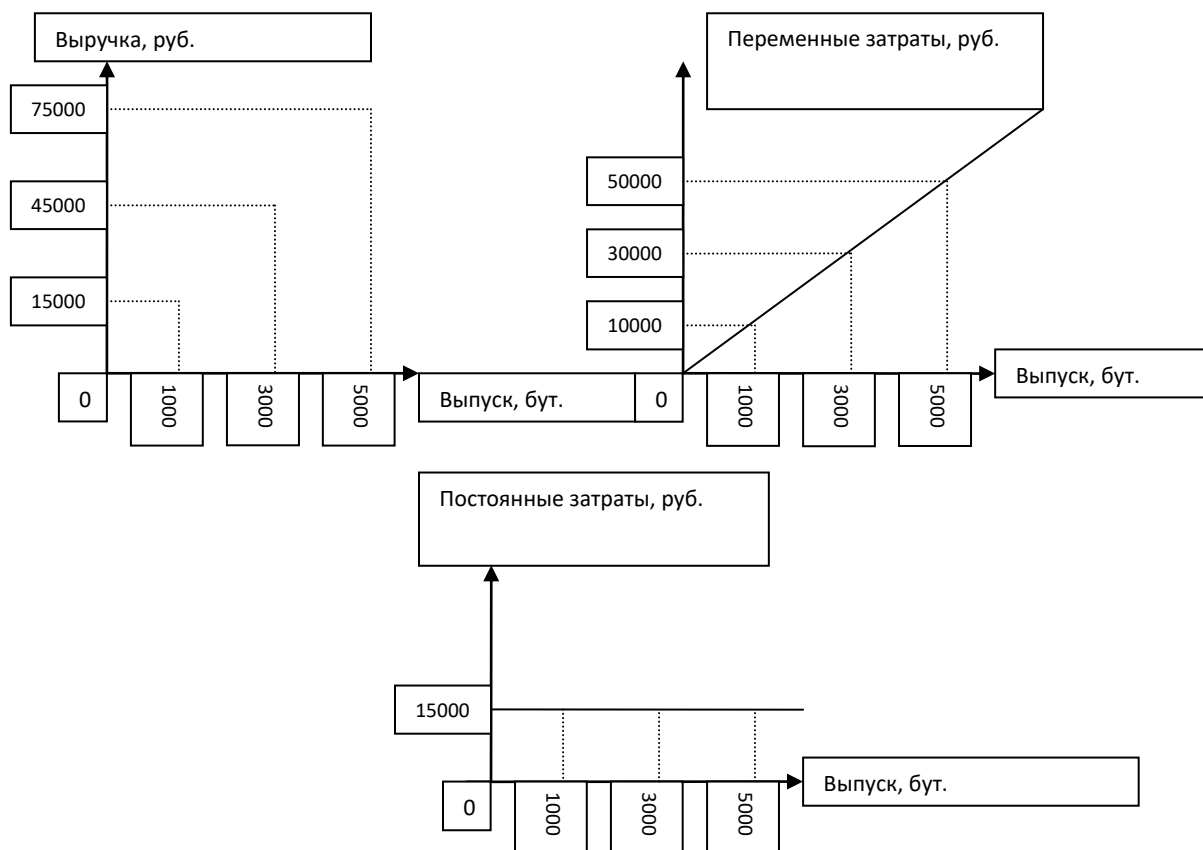


Рис. 1.1 - Зависимость выручки, переменных и постоянных затрат от выпуска продукции.

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.

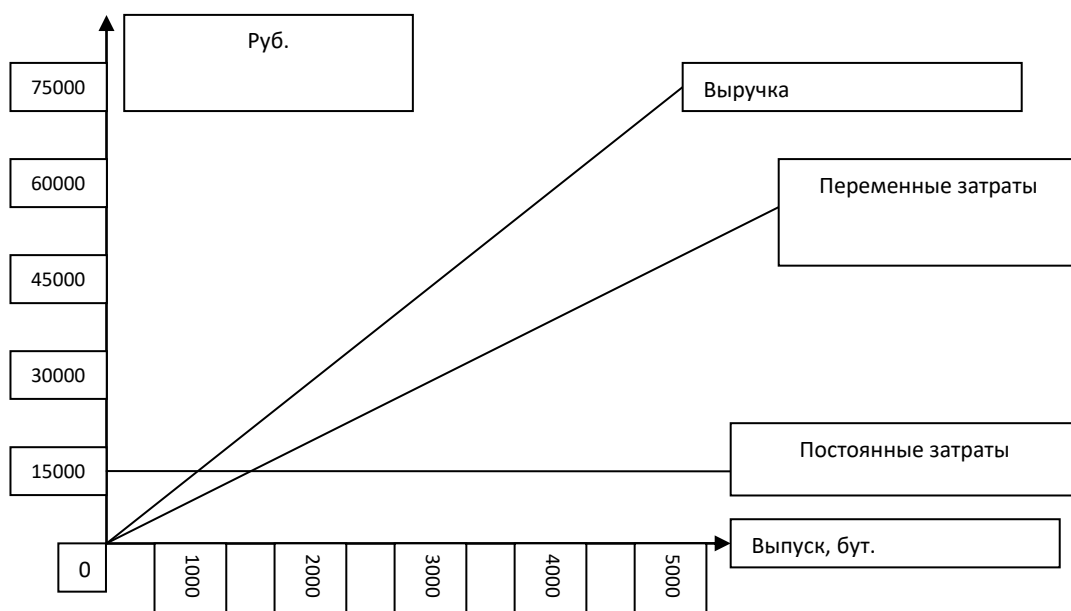


Рис. 1.2 - Зависимость выручки, переменных и постоянных затрат от выпуска продукции.

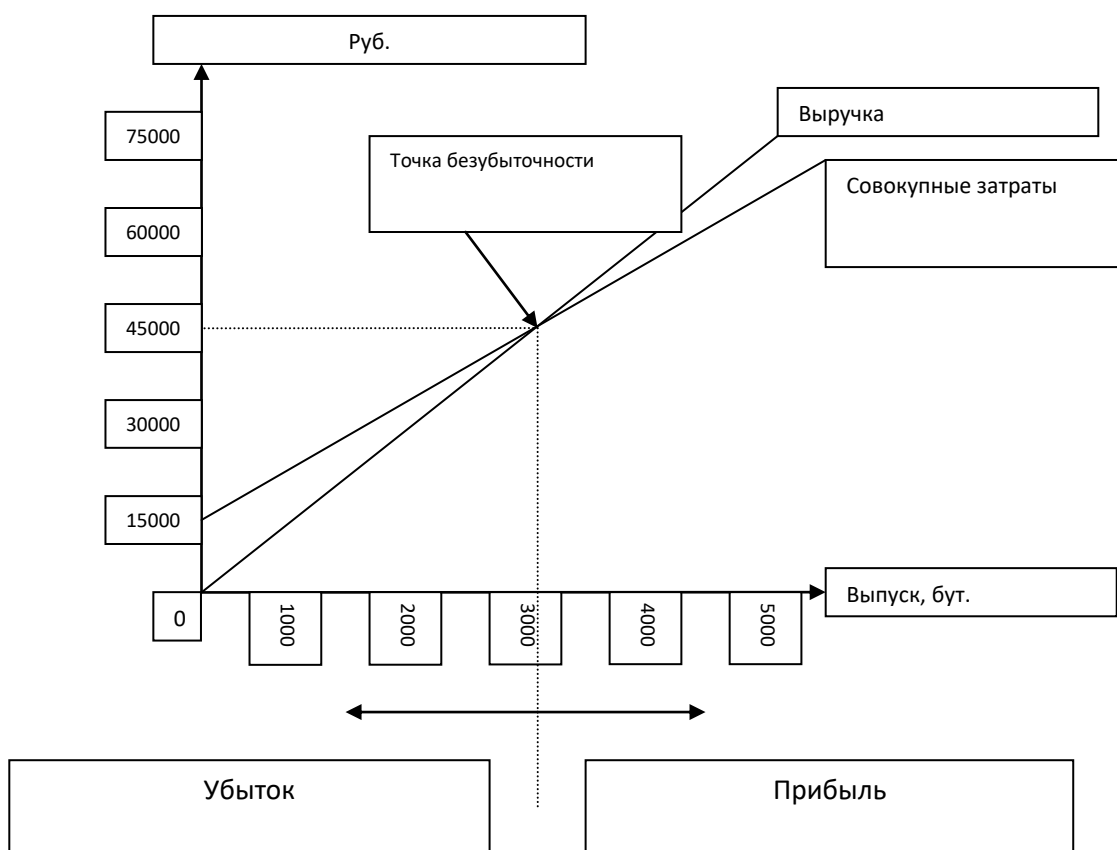


Рис. 1.3 - Определение точки безубыточности.

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.

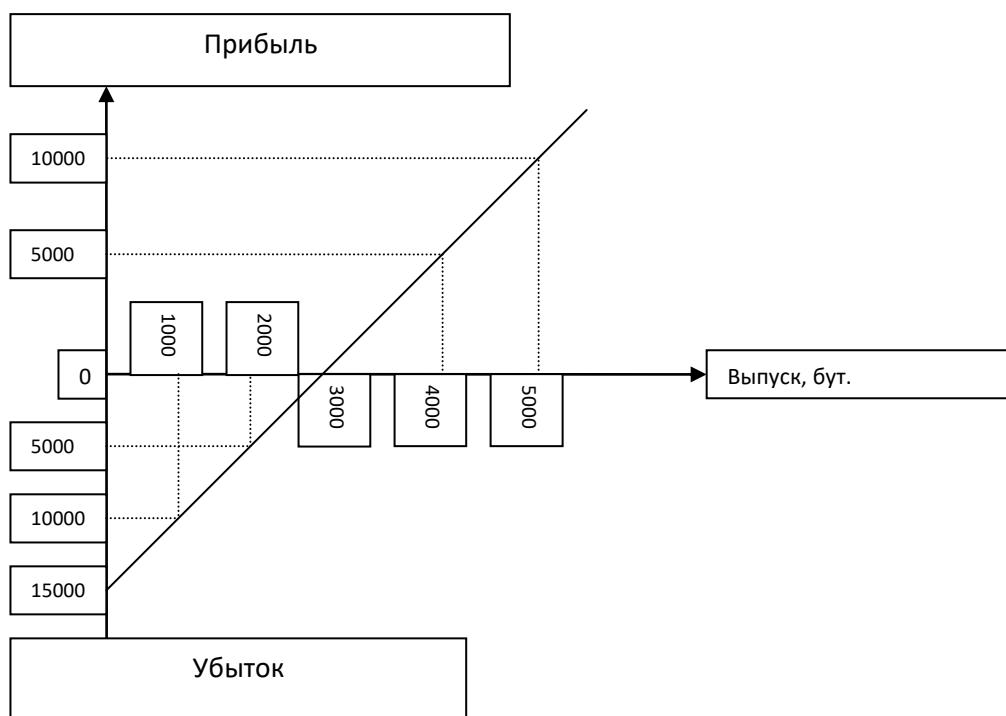


Рис. 1.4 - График прибыли/убытка.

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):

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

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

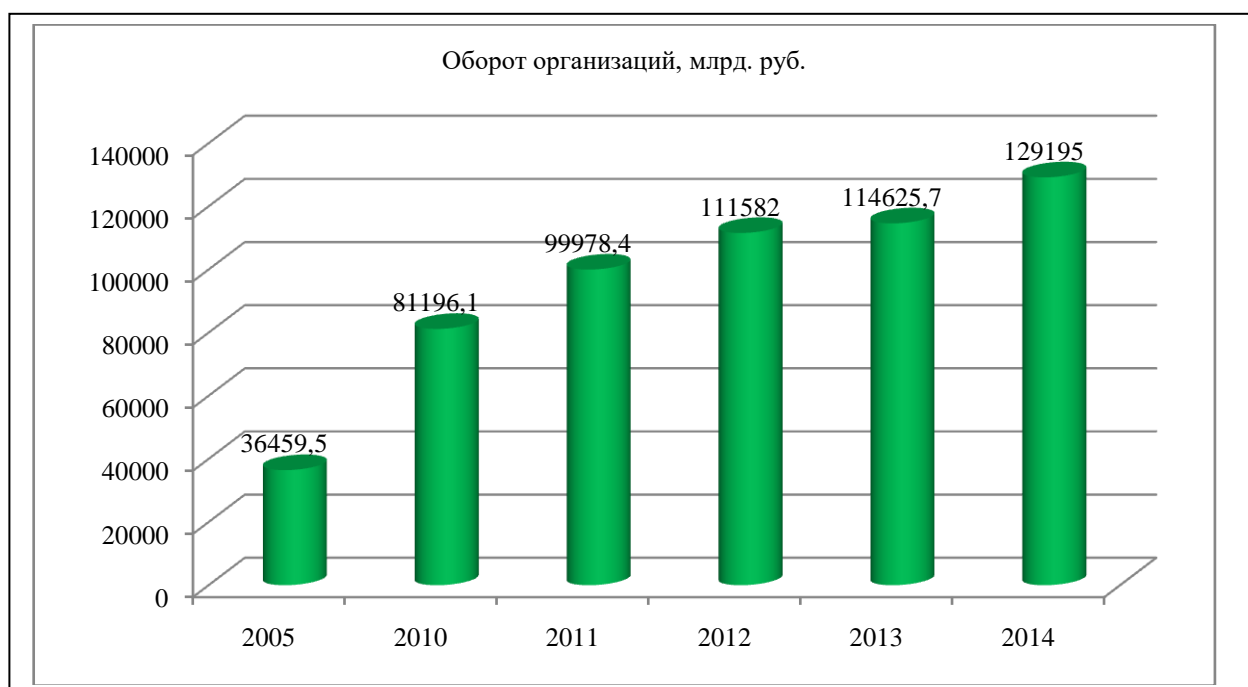


Рис. 1.6. Динамика оборота российских организаций с 2005-2014г.г.

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.

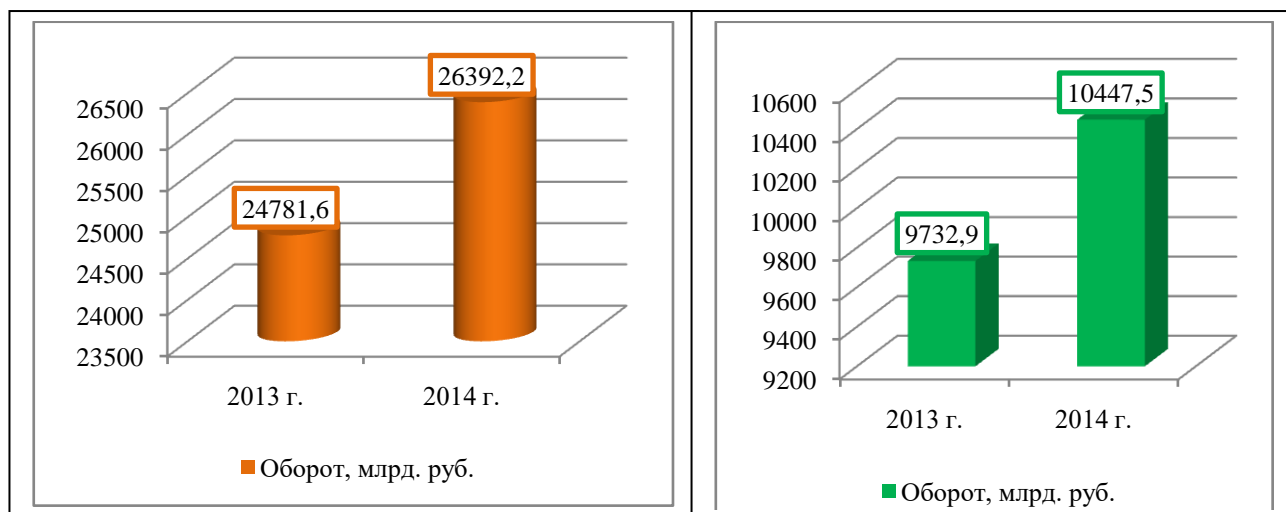


Рис. 1.7. Динамика объема выручки малых предприятий и индивидуальных предпринимателей РФ с 2013-2014 г.г.

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.

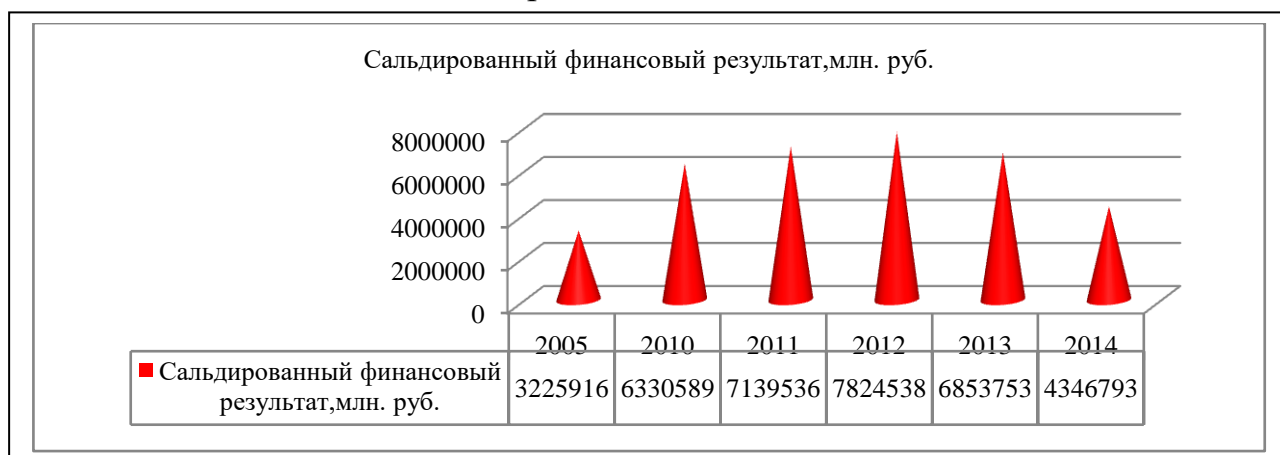


Рис. 1.8. Динамика сальдированного финансового результата организаций РФ с 2005-2014 г.г.

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.

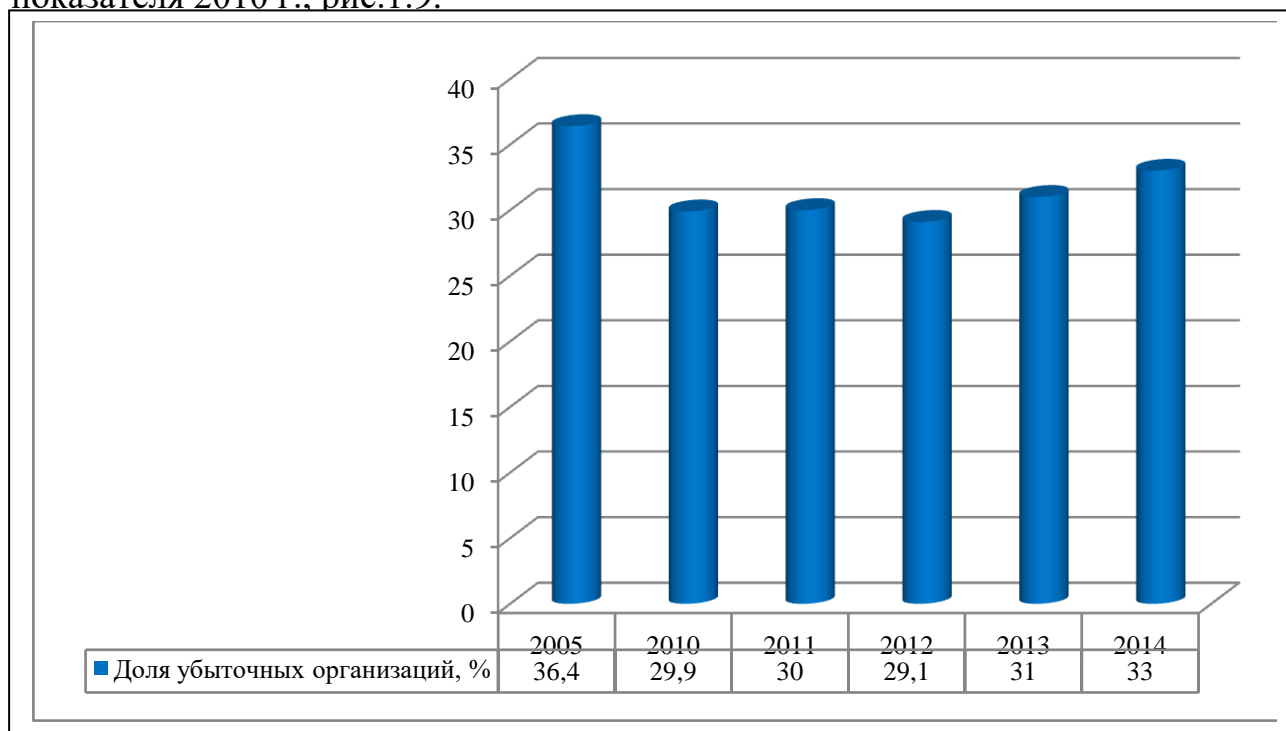


Рис. 1.9. Динамика доли убыточных организаций в РФ с 2005-2014 г.г.

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.

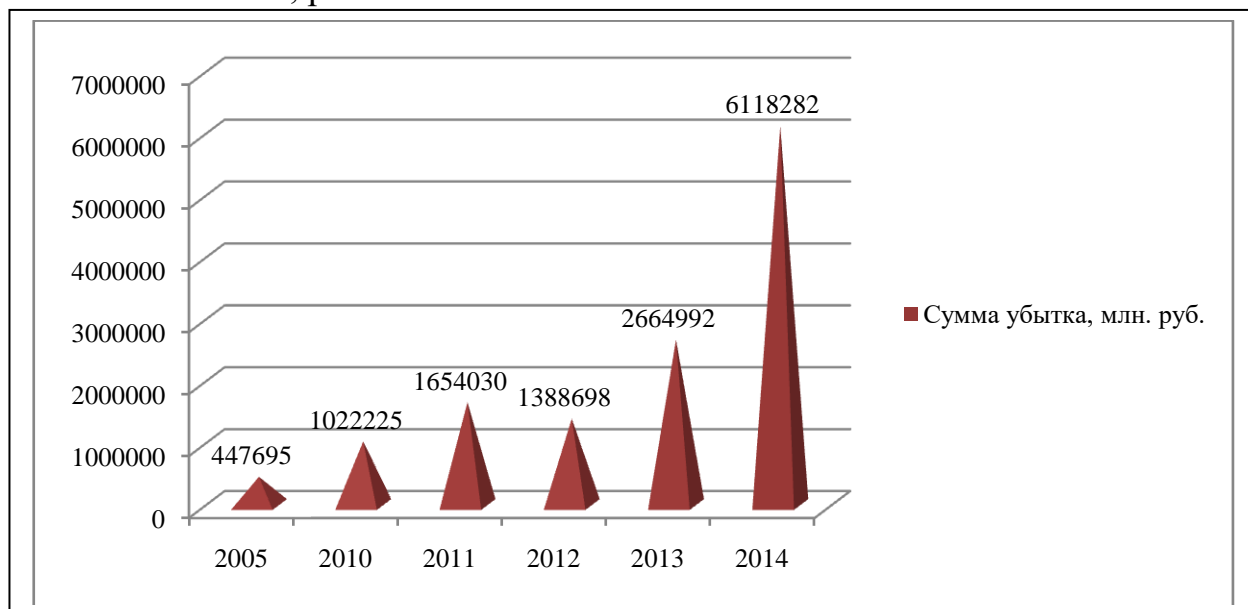


Рис. 1.10.Динамика убытка организаций РФ с 2005-2014 г.г.

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.

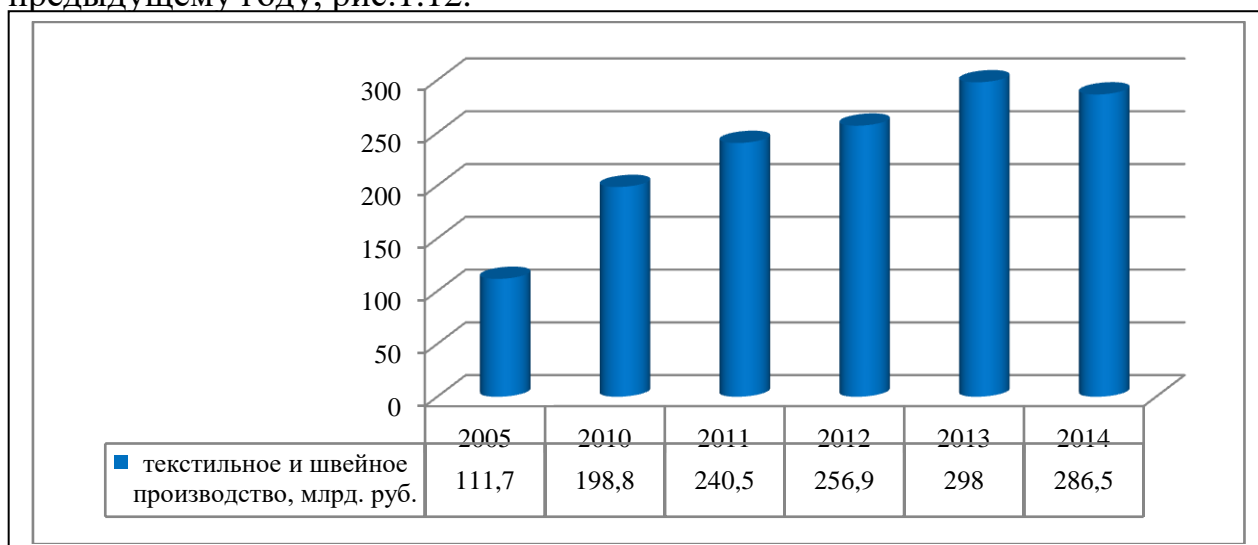


Рис.1.12. Оборот организаций текстильного и швейного производства в РФ с 2005-2014г.г.

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.

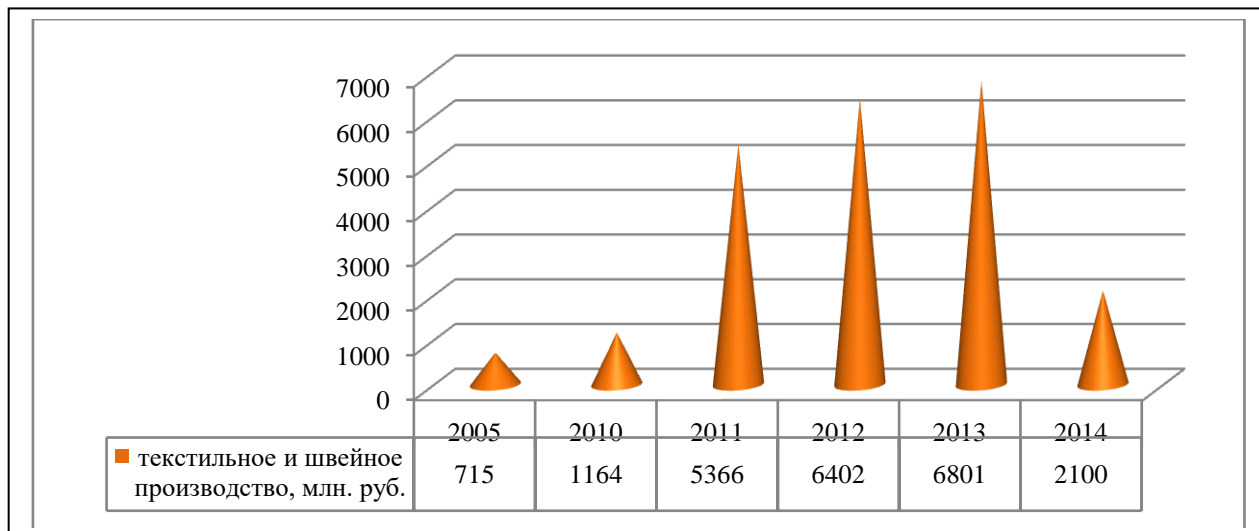


Рис. 1.13. Сальдированный финансовый результат предприятий текстильного и швейного производства РФ с 2005-2014 г.г.

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 левеиджа.

Операционный левеидж характеризует использование компаниями заемных средств, влияет на изменение коэффициента рентабельности собственного капитала. Иными словами, операционный левеидж - это объективный фактор, возникающий с появлением заемных средств в капитале компании, который позволяет получать дополнительную прибыль на собственный капитал. Операционный левеидж - 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 левеиджа.

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

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

осуществления операционного левеиджа» . По определению Джеймса К. Ван Хорна, "операционный левеидж - 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 левеидж 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 левеидж, 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 левеиджа на его эффект.

Дифференциал операционного левеиджа (КВРА – ВКр) 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 левеиджа использования международными компаниями заемного капитала дает отрицательный эффект, то есть вызывает потери.

Это связано с тем, что и коэффициент валовой рентабельности активов (КВРА), и средняя процентная ставка за кредит (ВКр) 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 КВРА больше, чем ВКр - 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.

## 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, «Проспект», 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. – 471 с.
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 СVP-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/](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](http://www.elitarium.ru/2007/12/12/marzhinal_analiz_prinjatije_reshenijj.html)





## **ПРИЛОЖЕНИЯ**