СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1. Введение.

2. Маржинальный анализ прибыли.

3. Маржинальный анализ показателей рентабельности.

3.1. Факторный анализ рентабельности одного вида продукции.

3.2. Анализ рентабельности продукции в целом по предприятию.

3.3. Анализ рентабельности продаж (оборота).

3.4. Анализ рентабельности операционного капитала.

4. Безубыточный объем продаж. Зона безопасности предприятия.

4.1. Графический способ.

4.2. Аналитический способ.

5. Аналитическая оценка решения о принятии дополнительного заказа по цене ниже критического уровня.

6. Заключение.

7. Список использованной литературы.

ВВЕДЕНИЕ

Большую роль в обосновании управленческих решений в бизнесе играет маржинальный анализ, который называют еще анализом безубыточности или содействия доходу. Его методика базируется на изучении соотношения между тремя группами важнейших экономических показателей: издержками, объемом производства (реализации) продукции и прибылью, — и прогнозировании величины каждого из этих показателей при заданном значении других.

Эта методика основана на делении производственных и сбытовых затрат в зависимости от изменения объема деятельности пред- приятия на переменные (пропорциональные) и постоянные (непропорциональные) и использовании категории маржинальной прибыли.

**Маржинальная прибыль (валовая маржа, маржа покрытия)** — это выручка минус переменные издержки. Она включает в себя постоянные затраты и прибыль. Чем больше ее величина, тем больше вероятность покрытия постоянных затрат и получения прибыли от производственной деятельности.

Маржинальный анализ широко применяется в странах с развитой рыночной экономикой. Он позволяет:

А) более точно исчислить влияние факторов на изменение суммы прибыли и на этой основе более эффективно управлять процессом формирования и прогнозирования ее величины;

Б) определить критический уровень объема продаж (порога рентабельности), постоянных затрат, цены при заданной величине соответствующих факторов;

В) установить зону безопасности (зону безубыточности) предприятия;

Г) исчислить необходимый объем продаж для получения заданной величины прибыли;

Д) обосновать наиболее оптимальный вариант управленческих решений, касающихся изменения производственной мощности, ассортимента продукции, ценовой политики, вариантов оборудования, технологии производства, приобретения комплектующих деталей и др. с целью минимизации затрат и увеличения прибыли .

МАРЖИНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ

Большой интерес представляет методика маржинального анализа прибыли, широко используемая в западных странах. В отличие от традиционной методики анализа прибыли, применяемой на отечественных предприятиях, она позволяет полнее изучить взаимосвязи между показателями и точнее измерить влияние факторов.

По методике факторного анализа прибыли, применяемой в нашей стране, обычно используют следующую модель: П= УРП (Ц - С). При этом исходят из предположения, что все приведенные факторы изменяются сами по себе, независимо друг от друга. данная модель не учитывает взаимосвязь объема производства (реализации) продукции и ее себестоимости. Обычно при увеличении объема производства (реализации) себестоимость единицы продукции снижается, так как возрастает только сумма переменных расходов, а сумма постоянных затрат остается без изменения. И наоборот, при спаде производства себестоимость изделий возрастает из-за того, что больше постоянных расходов приходится на единицу продукции.

В зарубежных странах для обеспечения системного подхода при изучении факторов изменения прибыли и прогнозирования ее величины используют следующую модель:

**П= УРП (Ц-ь)-А,**

где ь - переменные затраты на единицу продукции;

А - постоянные затраты на весь объем продаж данного вида продукции.

Эта формула применяется для анализа прибыли от реализации отдельных видов продукции. Она позволяет определить изменение суммы прибыли за счет количества реализованной продукции, цены, уровня удельных переменных и суммы постоянных затрат. Исходные данные для анализа приведены в таблице № 1.

## Таблица № 1

### Данные для факторного анализа прибыли по изделию Б

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Значение показателя** |
| По плану (п) | **По факту (ф)** |
| Объем реализации продукции(УРП), шт. | 10045 | 5904 |
| Цена единицы продукции(Ц), тыс.руб. | 3,1 | 3,7 |
| Себестоимость изделия (С), тыс.руб. | 2,6 | 3,1 |
| В том числе переменные затраты(ь) | 1,85 | 2,0 |
| Сумма постоянных расходов(А), тыс.руб. | 7534 | 6494 |
| Прибыль (П), тыс.руб. | 5022 | 3542 |

Пп=УРПп(Цп-ьп)-Ап=

10045(3,1-1,85)-7534=**5022 тыс.руб**;

П1=УРПф(Цп-ьп)-Ап=

5904(3,1-1,85)-7534= **-154 тыс.руб**.;

П2=УРПф(Цф-ьп)-Ап=

5904(3,7-1,85)-7534=**3388 тыс.руб.**

П3=УРПф(Цф-ьф)-Ап=

5904(3,7-2,0)-7534= **2503 тыс.руб**.

Пф=УРПф(Цф-ьф)-Аф=

5904(3,7-2,0)-6494=**3542 тыс.руб**.

Общее изменение прибыли составляет:

Побщ=3542-5022= **-1480 тыс.руб.**

В том числе произошли изменения за счет:

1. количества реализованной продукции Пурп=П1-Пф= (-154)-5022= **- 5176 тыс.руб.**
2. цены реализации Пц=П2-П1= 3388- (-154)=**+3542 тыс.руб**.
3. удельных переменных затрат Пь=П3-П2=2503-3388= **-885** тыс.руб.
4. суммы постоянных затрат ПА=Пф-П3=3542-2503=**+1039** тыс.руб.

Необходимо сделать проверку правильности расчетов. Алгебраическая сумма влияния факторов на результативный показатель (прибыль) должна быть равна общему приросту результативного показателя, т.е.

(-5176)+3542+(-885)+1039= **-1480 тыс.руб.**

В отличие от методики анализа прибыли, применяемой в нашей стране, рассмотренная методика позволяет более правильно исчислить влияние факторов на изменение суммы прибыли, так как она учитывает взаимосвязь объема производства (продаж), себестоимости и прибыли.

Методика маржинального анализа прибыли несколько усложняется в условиях многопродуктового производства, когда кроме рассмотренных факторов необходимо учитывать и влияние структуры (удельного веса) реализованной продукции.

Для изучения влияния факторов на изменение суммы прибыли от реализации продукции в целом по предприятию можно использовать следующую модель:

**П=сумма/УРПобщ \* Удi(Цi-ьi)/-А**

## Таблица № 2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид про-дук-ции | Объем продаж, шт. | Структура продаж | Цена, тыс.руб. | Переменные затраты на изделие, тыс.руб. | Постоянные затраты на весь объем продаж, тыс.руб. |
| План | Факт | План | Факт | План | Факт | План | Факт | План | факт |
| А | 10455 | 12546 | 0,51 | 0,68 | 5,0 | 6,0 | 2,8 | 3,20 | 12546 | 20074 |
| Б | 10045 | 5904 | 0,49 | 0,32 | 3,1 | 3,7 | 1,85 | 2,00 | 7534 | 6494 |
| Итог | 20500 | 18450 | 1,0 | 1,0 | - | - | - | - | 20080 | 26568 |

На основе данных таблицы № 2 сделаем расчет влияния факторов на изменение суммы прибыли в целом по предприятию с помощью приема цепной подстановки:

Пп=сумма /УРПобщп\*Удiп (Цiп-ьiп)/-Ап=

20500\*0,51\*(5-2,8)+20500\*0,49\*(3,1-1,85)-20080= **15477 тыс.руб**.;

П1=сумма/УРПобщф\*Удiп(Цiп-ьiп)/-Ап=

18450\*0,51\*(5-2,8)+18450\*0,49\*(3,1-1,85)-20080= **11921 тыс.руб.;**

П2=сумма/УРПобщф\*Удiф(Цiп-ьiп)/-Ап=

18450\*0,68\*(5-2,8)+18450\*0,32\*(3,1-1,85)-20080= **14901 тыс.руб.;**

П3=сумма/УРПобщф\*Удiф(Цiф-ьiп)/-Ап=

18450\*0,68\*(6-2,8)+18450\*0,32\*(3,7-1,85)-20080= **30989 тыс.руб.;**

П4=сумма/УРПобщф\*Удiф(Цiф-ьiф)/-Ап=

18450\*0,68\*(6-3,2)+18450\*0,32\*(3,7-2,00)-20080= **25085 тыс.руб.;**

Пф=сумма/УРПобщф\*Удiф(Цiф-ьiф)/-Аф=

18450\*0,68\*(6-3,2)+18450\*0,32\*(3,7-2,00)-26568= **18597тыс.руб.;**

Побщ=Пф-Пп=

18597-15477**= +3120 тыс.руб.**

В том числе изменения произошли за счет следующих факторов:

1. Пурп=П1-Пп=11921-15477= -3556 тыс.руб.
2. Пстр=П2-П1=14901-11921= 2980 тыс.руб.
3. Пц=П3-П2=30989-14901= 16088 тыс.руб.
4. Пь=П4=П3=25085-30989= \_5904 тыс.руб.
5. ПА=Пф-П4=18597-25085= -6488 тыс.руб.

Итого: **+ 3120 тыс.руб.**

Если бы сравнить результаты факторного анализа прибыли, сделанные обычным способом и маржинальным методом, то они будут значительно отличаться друг от друга. По методике маржинального анализа прибыль более существенно зависит от объема и структуры продаж, так как эти факторы влияют одновременно и на себестоимость продукции. Из-за уменьшения общего объема производства и реализации продукции больше приходится постоянных затрат на единицу продукции.

Таким образом, методика маржинального анализа позволяет исследовать и количественно измерить не только непосредственные, но и опосредованные связи и зависимости. Использование этого метода в финансовом менеджменте отечественных предприятий позволит более эффективно управлять процессом формирования финансовых результатов.

***МАРЖИНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ***

Методика анализа рентабельности, применяемая на многих российский предприятиях, также не учитывает взаимосвязи «затраты-объем-прибыль». По данной методике уровень рентабельности не зависит от объема продаж, так как с изменением последнего происходит равномерное увеличение прибыли и суммы затрат. В действительности, и прибыль, и издержки предприятия не изменяются пропорционально объему реализации продукции, поскольку часть расходов является постоянной.

На основе данных вышеприведенной таблицы № 2 проведем факторный анализ одного вида продукции(например изделие Б), для чего будет использована следующая факторная модель:

 **Пi = УРПi(Цi-ьi)-Аi**

#####  Рi=

 **Зi=УРПi\*ьi+Аi**

 Рп= Пп =УРПп(Цп-ьп)-Ап =

 Зп =УРПп\*ьп+Ап

10045(3,1-1,85)-7534 = 5022

10045\*1,85+7534 26117 \*100 = **19,2%**

Р1= П1 =УРПф(Цп-ьп)-Ап =

 З1 =УРПф\*ьп+Ап

5904(3,1-1,85)-7534 = -154

5904\*1,85+7534 18456 \*100 = **- 0,8%**

Р2= П2 =УРПф(Цф-ьп)-Ап =

 З2 =УРПф\*ьп+Ап

5904(3,7-1,85)-7534 = 3388

5904\*1,85+7534 18456 \*100 = **18,4%**

Р3= П3 =УРПф(Цф-ьф)-Ап =

 З3 =УРПф\*ьф+Ап

5904(3,7-2,0)-7534 = 2503

5904\*2,0+7534 19342 \*100 = **12,9%**

Рф= Пф =УРПф(Цф-ьф)-Аф =

 Зф =УРПф\*ьф+Аф

5904(3,7-2,0)-6494 = 3542

5904\*2,0+6494 18302 \*100 = **19,4%**

Робщ.=19,4%-19,2% = **0,2%**

Приведенные данные показывают, что уровень рентабельности в целом повысился на 0,2%. В том числе за счет следующих изменений:

1. объема реализованной продукции Рурп= (-0,8)-19,2**= -20%**
2. цены реализации Рц=18,4- (-0,8)= **19,2%**
3. удельных переменных затрат Рь=12,9-18,4= **-5,5%**
4. суммы постоянных затрат РА=19,4-12,9= **6,5%**

По данной методике объем продаж влияет на рентабельность, то есть за счет уменьшения объема производства и реализации продукции рентабельность изделия Б снизилась на 20%. Этот метод более достоверен, так как он учитывает взаимосвязь объема продаж, себестоимости и прибыли.

 *Для анализа рентабельности продукции в целом по предприятию используется следующая факторная модель:*

Р = П = (УРПобщ\*Удi(Цi-ьi)-А)

 З сумма (УРПобщ\*Удi\*ьi)+А

На основании данных таблицы № 2 и факторного анализа прибыли рассчитаем влияние факторов на изменение уровня рентабельности продукции:

Рп= Пп = сумма/УРПобщп\*Удiп(Цiп-ьiп)/-Ап

 Зп сумма (УРПобщп\*Удiп\*ьiп)+Ап

15477 \*100=**22,8%**

67937

Р1= П1 = сумма/(УРПобщф\*Удiп(Цiп-ьiп)/-Ап

 З1 сумма (УРПобщф\*Удiп\*ьiп)+Ап

11921 \*100=**18,9%**

63047

Р2= П2 = сумма/УРПобщф\*Удiф(Цiп-ьiп)/-Ап

 З2 сумма (УРПобщф\*Удiф\*ьiп)+Ап

14901 \*100=**22,5%**

66131

Р3= П3 = сумма/УРПобщф\*Удiф(Цiф-ьiп)/-Ап

 З3 сумма (УРПобщф\*Удiф\*ьiп)+Ап

30989 \*100=**46,9%**

66131

Р4= П4 = сумма/УРПобщф\*Удiф(Цiф-ьiф)/-Ап

 З4 сумма (УРПобщф\*Удiф\*ьiф)+Ап

25085 \*100=**34,8%**

72035

Рф= Пф = сумма/УРПобщф\*Удiф(Цiф-ьiф)/-Аф

 Зф сумма (УРПобщф\*Удiф\*ьiф)+Аф

18597 \*100=**23,7%**

78532

Робщ= 23,7%-22,8%=**0,9%**

Изменение уровня рентабельности произошло за счет:

1. объема продаж Рурп=Р1-Рп=18,0-22,8= **-3,9%**
2. структуры продаж Руд=Р2-Р1=22,5-18,9**= 3,6%**
3. цен Рц=Р3-Р2=46,9-22,5= **24,4%**
4. переменных затрат Рь=Р4-Р3=34,8-46,9= **-12,1%**
5. постоянных затрат РА=Рф-Р4=23,7-34,8**=-11,1%**

Итого:  **+0,9%**

Данная методика учитывает влияние объема продаж на рентабельность. На данном предприятии объем реализации продукции упал на 10%, что привело к снижению рентабельности на 3,9%.

Аналогичным образом производится **анализ рентабельности продаж (оборота)**, для чего используется следующая модель:

Роб = П = сумма /УРПобщ\*Удi(Цi-ьi)/-А

 В сумма (УРПобщ\*Удi\*Цi)

**Анализ рентабельности операционного капитала** производится по следующей модели:

Р = Прп = Прп +ПФР = сумма /УРПобщ\*Удi(Цi-ьi)-А

 КЛ В/Коб (сумма УРПобщ\*Удi\*Цi)/Коб,

Где КЛ – средняя сумма операционного капитала,

 Коб – коэффициент оборачиваемости капитала.

Преимущество рассмотренной методики анализа показателей рентабельности состоит в том, что при ее использовании учитывается взаимосвязь элементов модели, в частности объема продаж, издержек и прибыли. Это обеспечивает более точное исчисление влияния факторов и как следствие — более высокий уровень планирования и прогнозирования финансовых результатов.

***БЕЗУБЫТОЧНЫЙ ОБЪЕМ ПРОДАЖ.***

***ЗОНА БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.***

***Безубыточность*** - такое состояние, когда бизнес не приносит ни прибыли, ни убытков, выручка покрывает только затраты. Безубыточный объем продаж можно выразить и в количестве единиц продукции, которую необходимо продать, чтобы покрыть затраты, после чего каждая дополнительная единица проданной продукции будет приносить прибыль предприятию.

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.

Безубыточный объем продаж и зона безопасности предприятия — основополагающие показатели при разработке бизнес-планов, обо- сновании управленческих решений, оценке деятельности предприятий, определять и анализировать которые должен уметь каждый бухгалтер, экономист, менеджер.

Для определения их уровня можно использовать *аналитический и графический способы.*

Пример:

Производственная мощность предприятия 1000 шт.

Цена изделия (Ц) 20 тыс. руб.

Выручка (нетто) (В) . 20 000 тыс. руб.

Постоянные затраты (А) 4000 тыс. руб.

Переменные расходы на единицу продукции (ь) 12 тыс. руб.

Переменные расходы на весь выпуск продукции (Зпер) 12 000 тыс. руб.

Прибыль от реализации продукции (П) 4000 тыс. руб.

Маржа покрытия (МД=В-Зпер) 8000 тыс.руб.

Доля маржи покрытия (Дмд=МД/В= 1-ь/Ц) 0,4

Ставка маржинального дохода (Смд=Ц-ь) 8 тыс.руб.

**Для определения безубыточного объема продаж и зоны безопаснопасности предприятия** построим график (рис.1). По горизонтали показывается объем реализации продукции в процентах от производственной мощности предприятия, или в натуральных единицах (если выпускается один вид продукции), или в денежной оценке (если график строится для нескольких видов продукции), по вертикали — себестоимость проданной продукции и прибыль, которые вместе составляют выручку от реализации.

По графику можно установить, при каком объеме реализации продукции предприятие получит прибыль, а при каком ее не будет. Можно определить также точку, в которой затраты будут равны выручке от реализации продукции. Она получила название *точки безубыточного объема реализации продукции*, или *порога рентабельности*, или *точки окупаемости затрат*, ниже которой производство будет убыточным.

В нашем примере критическая точка расположена на уровне 50% возможного объема реализации продукции. Если пакет заказов на изделия предприятия больше 50% от его производственной мощности, то будет прибыль. При пакете заказов 75% от возможного объема производства прибыль составит половину максимальной суммы. Если же пакет заказов будет менее 50% от фактической производственной мощности, то предприятие будет убыточным и обанкротится.

Если предприятие полностью использует свою производственную мощность, выпустит и реализует 1000 изделий, то зона безопасности (запас финансовой прочности) составит 50%, при реализации 700 изделий — 20% и т.д. Зона безопасности показывает, на сколько процентов фактический объем продаж выше критического, при котором рентабельность равна нулю.

**Аналитический способ** расчета безубыточного объема продаж и зоны безопасности предприятия более удобен, чем графический, так как исключает необходимость чертить каждый раз график, что довольно трудоемко. Можно вывести ряд формул и с их помощью рас- считать данные показатели.

***Для определения безубыточного объема продаж в стоимостном выражении*** необходимо сумму постоянных затрат разделить на долю маржинального дохода в выручке:

Вкр= А = 4 =

 Дмд 0,4 10 млн.руб.

***Для одного вида продукции безубыточный объем продаж определяется в натуральном выражении:***

УРПкр = А = А = 4000 = 500 шт.

 Смд Ц-ь 20-12

***Для расчета точки критического объема реализации в процентах к максимальному объему***, который принимается за 100%, может быть использована формула:

Т = А/МД\*100%

Т= 4/8\*100= 50%.

 Если ставится задача ***определить объем реализации продукции для получения определенной суммы прибыли***, тогда формула будет такой:

УРП = А+П = 4000+2000 = 750 ед.

 Ц-ь 20-12

Полученная величина в 1,5 раза больше, чем безубыточный объем продаж в натуральном измерении (750:500). При этом нужно произвести и реализовать 500 единиц продукции, чтобы покрыть постоянные затраты предприятия и 250 единиц – для поучения прибыли в сумме 2000 тыс.руб.

При многопродуктовом производстве этот показатель определяется в стоимостном выражении:

В= А+П = 4000+2000 = 15000 тыс.руб.

 Дмд 0,4

***Для определения зоны безопасности аналитическим методом по стоимостным показателям*** используется следующая формула:

ЗБ = В-Вкр = 20000-10000 = 0,5 или 50%

 В 20000

 ***Для одного вида продукции зону безопасности можно найти по количественным показателям:***

ЗБ = УРП-УРПкр = 1000-5000 = 0,5 или 50%

 УРП 1000

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РЕШЕНИЯ О ПРИНЯТИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ЗАКАЗА ПО ЦЕНЕ НИЖЕ КРИТИЧЕСКОГО УРОВНЯ

Необходимость принятия дополнительного заказа по цене ниже себестоимости продукции может возникнуть при спаде производства, если предприятие не сумело сформировать портфель заказов и его производственные мощности используются недостаточно полно.

Допустим, что производственная мощность предприятия рассчитана на производство 100 000 изделий, рыночная цена которых 200 тыс. руб. Постоянные расходы составляют 7200 млн. руб. Переменные расходы на изделие - 90 тыс. руб. При таких условиях себестоимость одного изделия (С), прибыль (П) и безубыточный объем продаж (УРПкр) составят:

С=А + ь = 7200000 + 90 = 72+90= 162 тыс.руб.

 УРП 100000

П=УРП(Ц-ь)-А=100000 (200-90)-7200000=3800 млн.руб.

УРПкр = А = 7200000 = 65454 шт.

 Ц-ь 200-90

ЗБ = 100000 – 65454 \*100 = 34,5%

 100000

В связи с потерей рынков сбыта портфель заказов завода уменьшился до 30 000 изделий. Постоянные и переменные затраты в сопоставимых ценах остались на том же уровне. Рассчитаем себестоимость изделия, прибыль и безубыточный объем продаж в изменившейся ситуации.

С = 7200000 +90 = 330 тыс.руб

 30000

П = 30000 (200-90)-7200000 = -3900 млн.руб.

УРПкр = 7200000 = 65454шт. ЗБ = 30000-65454 \*100 = -118%

* 1. 30000

Такой результат объясняется высоким удельным весом постоянных расходов в сумме выручки. При снижении объема продаж постоянные расходы стали непосильными для предприятия.

Чтобы избежать убытков, предприятие будет искать выход из сложившейся ситуации. И если в это время поступит предложение от заказчика на выпуск продукции, которая требует несколько иной технологии и, соответственно, дополнительных постоянных затрат, то менеджеры предприятия могут принять такой заказ даже по ценам ниже критического уровня. Допустим, что заказчик согласился разместить заказ на 50000 изделий по цене 180 тыс.руб., которая ниже рыночного ее уровня. При это предприятие должно дополнительно израсходовать на конструкторского-технологическую подготовку производства этой партии продукции 160 млн.руб.

Выгодно ли это предприятию. На первый взгляд не выгодно, так как цена реализации ниже себестоимости единицы продукции. Кроме того, потребуется дополнительные затраты на подготовку производства.

Сделаем технико-экономическое обоснование решения о принятии дополнительного заказа на таких условиях:

С= 7200000+160000 + 90=182 тыс.руб.

 30000+50000

П= 30000(200-90) + 50000 (180-90) – 7360000 = 440 млн.руб.

УРПкр = 7360000 = 75487 штук, ЗБ 80000-75487 \*100 = 5,64%

 187,5 –90 80000

Это доказывает, что даже на таких невыгодных условиях принятие дополнительного заказа экономически оправдано. Дополнительный заказ позволяет значительно снизить себестоимость единицы продукции за счет наращивания объемов производства и вместо убытков получить прибыль.

***ЗАКЛЮЧЕНИЕ***

Обеспечение эффективного функционирования предприятий требует экономически грамотного управления их деятельностью, которое во много определяется умением ее анализировать. С помощью метода маржинального анализа изучаются тенденции развития, глубоко и системно исследуются факторы изменения результатов деятельности, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контоль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, вырабатывается экономическая стратегия его развития.

Квалифицированный экономист, финансист, бухгалтер и другие специалисты экономического профиля должны хорошо владеть современными методами экономических исследований. Мастерством системного и комплексного микроэкономического анализа. Благодаря знанию техники и технологии маржинального анализа они смогут легко адаптироваться к изменениям рыночной ситуации и находить правильные решения и ответы.

***СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ***

1. Ермолович Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Мн.: БГЭУ, 2001.
2. Ефимова О.В. Финансовый анализ. М.: Бухгалтерский учет, 2002.
3. Барнгольц С.Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности на современно этапе развития. М.: Финансы и статистика, 200.
4. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. Киев: Ника-Центр Эльга, 2003
5. Ильенкова Н.Д. Спрос: анализ и управление. М.: Финансы и статистика, 2000.
6. Негашев Е.В. Анализ финансов предприятия в условиях рынка. М.: Высш.шк., 1999
7. Панков Д.А. Современные методы анализа финансового положения Мн.: ООО Профит, 2001.
8. Родионова В.М. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции. М.: перспектива, 1999
9. Русак Н.А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования. Мн.: Высш.шк., 2000
10. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Мн.: Новое знание 2003
11. Шеремет А.Д. Финансы предприятий М.: ИНФРА-М, 2000
12. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. М.: ИНФРА-М, 1999
13. Муравьев А.И. Теория экономического анализа: проблемы и решения. М.: финансы и ститистика. 1998
14. Зудилин А.П. Анализ хозяйственной деятельности развитых капиталистических стран. Екатеринбург. Каменный пояс, 1992.