

МОСКВА 2022 г.

Содержание

Введение 2

1. Теоретические основы планирование прибыли 4

1.1. Прибыль: сущность, функции, виды 4

1.1.1. Понятие прибыли 5

1.1.2. Функции прибыли 6

1.1.3. Источники получения прибыли 7

1.1.4. Факторы, влияющие на величину прибыли 9

1.1.5. Виды прибыли 10

1.2. Методы планирования прибыли 11

1.2.1. Метод прямого счета 12

1.2.2. Аналитический метод 12

2. Анализ планирования прибыли на предприятии 12

2.1 Краткая характеристика предприятия 12

2.2 Анализ прибыли и финансовых результатов деятельности предприятия 14

2.3 Планирование прибыли на предприятии 18

2.4 Пути повышения прибыли на предприятии 21

3. Заключение 24

4. Список использованной литературы 25

Введение

Прибыль – это денежное выражение основной части денежных накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия. Прибыль является показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию производства при любой форме собственности.

Прибыль – один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности предприятий. За счет прибыли осуществляется финансирование мероприятий по научно-техническому и социально-экономическому развитию предприятий, увеличение фонда оплаты труда их работников. Она является не только источником обеспечения внутрихозяйственных потребностей предприятия, но приобретает все большее значение в формировании бюджетных ресурсов, внебюджетных и благотворительных фондов.

Поэтому вопросы планирования прибыли являются сегодня очень актуальными.

Объект исследования курсовой работы – финансово-хозяйственная деятельность ООО «Макдоналдс». Предмет исследования – прибыль ООО «Макдоналдс».

Цель данной работы – изучить теоретические основы планирования прибыли на предприятии и провести планирование прибыли на примере ООО «Макдоналдс»

Задачи курсовой работы:

1. изучить теоретический материал по планированию прибыли на предприятии;
2. дать общую характеристику компании

3. провести анализ прибыли в базисном году;
4. определить величину прибыли в плановом периоде;
5. предложить мероприятия по увеличению прибыли компании

Глава 1. Теоретические основы планирование прибыли

1.1. Прибыль: сущность, функции, виды

1.1.1. Понятие прибыли

Конечной целью и движущим мотивом предпринимательской деятельности является прибыль.

Под прибылью понимается превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на производство и продажу этих товаров.

Прибыль – главная цель предпринимательской деятельности. В условиях рыночных отношений – это превращенная форма прибавочной стоимости. Учет прибыли позволяет установить, насколько эффективно ведется хозяйственная деятельность.

Прибыль как экономическая категория отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства в процессе предпринимательской деятельности.

На уровне предприятия в условиях товарно-денежных отношений чистый доход принимает форму прибыли. На рынке товаров предприятия выступают как относительно обособленные товаропроизводители. Установив цену на продукцию, они реализуют ее потребителю, получая при этом денежную выручку, что не означает получение прибыли. Для выявления финансового результата необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию, которые принимают форму себестоимости продукции. Когда выручка превышает себестоимость, финансовый результат свидетельствует о получении прибыли. Если выручка равна себестоимости, то удалось лишь возместить затраты на производство и реализацию продукции. При реализации без убытков отсутствует и прибыль как источник производственного, научно-технического и социального развития. При затратах, превышающих выручку, предприятие получает убытки – отрицательный финансовый результат, что ставит его в достаточно сложное финансовое положение, не исключаящее и банкротство.

1.1.2. Функции прибыли

Прибыль как важнейшая категория рыночных отношений выполняет определенные функции.

Во-первых, характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Значение прибыли состоит в том, что она отражает конечный финансовый результат. Вместе с тем на величину прибыли, ее динамику воздействуют факторы, как зависящие, так и не зависящие от усилий предприятия. Практически все сферы воздействия предприятия находятся конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений. В известной степени зависят от предприятия такие факторы, как уровень цен на реализацию продукции и зарплаты, уровень хозяйствования, компетентность руководства и менеджеров, конкурентоспособность продукции, организация производства и труда его производительность, состояние и эффективность производственного и финансового планирования. Перечисляемые факторы влияют на прибыль не прямо, а через объем реализуемой продукции и себестоимость.

Во-вторых, прибыль обладает стимулирующей функцией. Ее содержание состоит в том, что она одновременно является финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Реальное обеспечение принципа самофинансирования определяется полученной прибылью. Доля чистой прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников.

В-третьих, прибыль является одним из источников формирования бюджетов разных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов и наряду с другими доходными поступлениями используется для финансирования удовлетворения совместных общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, производственных, научно-технических и социальных программ.

1.1.3. Источники получения прибыли

В условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться если не к получению максимальной прибыли, то, по крайней мере, к тому объему прибыли, который позволял бы ему не только прочно удерживать свои позиции на рынке сбыта своих товаров и оказания услуг, но и

обеспечивать динамичное развитие его производства в условиях конкуренции. В конечном итоге это предполагает знание источников формирования прибыли и нахождение методов по лучшему их использованию.

Как свидетельствует мировая практика, имеются три основных источника получения прибыли:

- первый источник образуется за счет монопольного положения предприятия по выпуску той или иной продукции или (и) уникальности продукта. Поддержание этого источника на относительно высоком уровне предполагает постоянное обновление продукта. Здесь следует учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольная политика государства и растущая конкуренция со стороны других предприятий.
- второй источник связан непосредственно с производственной и предпринимательской деятельностью. Практически он касается всех предприятий. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умение адаптировать развитие производства под эту постоянно меняющуюся конъюнктуру. Здесь все сводится к проведению соответствующего маркетинга. Величина прибыли в данном случае зависит, во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом); во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей; послепродажное обслуживание); в-третьих, от объемов производства (чем больше объем производства, тем больше масса прибыли); в-четвертых, от структуры снижения издержек производства.
- третий источник проистекает из инновационной деятельности предприятия. Его использование предполагает постоянное обновление выпускаемой продукции, обеспечение ее конкурентоспособности, рост объемов реализации и увеличение массы прибыли.

1.1.4. Факторы, влияющие на величину прибыли

Для повышения эффективности работы предприятия первостепенное значение имеет выявление резервов увеличения объемов производства и реализации, снижения себестоимости продукции (работ, услуг), роста прибыли. Для определения основных направлений поиска резервов увеличения прибыли факторы, влияющие на ее получение, классифицируют по различным признакам.

К внешним факторам относятся природные условия, государственное регулирование цен, тарифов, процентных ставок, налоговых ставок и льгот, штрафных санкций и др. Эти факторы не зависят от деятельности предприятия, но могут оказывать значительное влияние на величину прибыли.

Внутренние факторы делятся на производственные и непроизводственные. Производственные факторы характеризуют наличие и использование средств и предметов труда, трудовых и финансовых ресурсов и, в свою очередь, могут подразделяться на экстенсивные и интенсивные. Экстенсивные факторы воздействуют на процесс получения прибыли через количественные изменения: объемов средств и предметов труда, финансовых ресурсов, времени работы оборудования, численности персонала, фонда рабочего времени и т.д.

Интенсивные факторы воздействуют на процесс получения прибыли через «качественные» изменения: повышение производительности оборудования и его качества, использование прогрессивных видов материалов и совершенствование технологий их обработки, ускорение оборачиваемости оборотных средств, повышение квалификации и производительности труда персонала, снижение трудоемкости и материалоемкости продукции, совершенствование организации труда и более эффективное использование финансовых ресурсов и др.

К внепроизводственным факторам относятся, например, снабженческо-сбытовая и природоохранная деятельность, социальные условия труд и быта и др.

При осуществлении финансово-хозяйственной деятельности предприятия все эти факторы находятся в тесной взаимозависимости.

1.1.5. Виды прибыли

При планировании прибыли следует выделять валовую прибыль, балансовую прибыль и чистую прибыль.

Валовая прибыль представляет собой сумму прибыли (убытка):

- от реализации продукции;
- от реализации основных фондов;
- от реализации иного имущества (например, производственных запасов).

Она также включает доходы от внереализационных операций. Таким образом, финансовый результат предприятия делится на реализационный и внереализационный.

Валовая прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг) определяется как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) в свободных оптовых ценах без НДС, акцизов и затратами на ее производство и реализацию:

$$\text{Пр} = \sum(\text{Ци} - \text{Си}) \times \text{Nr} \quad (1.1)$$

где Пр — прибыль от реализации продукции, руб.;

n — номенклатура выпускаемой продукции;

Ци — рыночная цена изделия;

Си — себестоимость изделия;

Nr — объем реализации продукции.

При использовании предприятием метода определения выручки от реализации продукции по мере их оплаты валовая прибыль складывается из сумм, поступивших в оплату отгруженной продукции на расчетный счет предприятия или в кассу предприятия непосредственно, а также сумм, указанных при зачете взаимных требований. Предприятия, определяющие выручку от реализации продукции по моменту ее отгрузки и предъявления покупателям расчетных документов, отражают валовую прибыль в размере стоимости этой продукции, указанной в расчетных документах. При этом учитывается результат от реализации на сторону продукции вспомогательных и подсобных производств предприятия. В случае, если предприятие не могло реализовать продукцию по ценам выше себестоимости из-за снижения ее качества или потребительских свойств (включая моральный износ), либо если сложившиеся цены на эту или аналогичную продукцию оказались ниже ее фактической себестоимости, то применяется (для целей налогообложения) фактическая цена реализации продукции.

При исчислении валовой прибыли в состав доходов от внереализационных операций включаются:

- 1) доходы от сдачи имущества в аренду;
- 2) дивиденды по акциям и доходы по облигациям и другим ценным бумагам;
- 3) доходы от долевого участия в деятельности других предприятий;
- 4) доходы от дооценки производственных запасов и готовой продукции;
- 5) признанные должником штрафы, пени, неустойки и другие виды санкций за нарушение условий хозяйственных договоров;
- 6) прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;
- 7) положительные курсовые разницы по валютным счетам, а также операциям в иностранной валюте;

8) суммы средств, полученных безвозмездно от других предприятий при отсутствии совместной деятельности (за исключением средств, зачисляемых в уставный капитал предприятий их учредителями в порядке, установленном законодательством);

9) другие доходы от операций, непосредственно не связанных с производством и реализацией продукции (работ, услуг).

Балансовая прибыль предприятия представляет собой сумму всех планируемых доходов и возможных убытков, возникающих в планируемом или отчетном периоде:

$$\text{Пб} = \text{Пр} + \text{Ппр} + \text{Пвр} \quad (1.2)$$

где Пб — балансовая или общая годовая прибыль;

Пр — прибыль от реализации продукции;

Ппр — прибыль от прочей реализации;

Пвр — прибыль от внереализационной деятельности.

При планировании общей или балансовой прибыли на предстоящий период производственно-финансовой деятельности в ее состав включаются все предусмотренные доходы со знаком «плюс», а также возможные расходы или убытки со знаком «минус».

К убыткам (потерям) предприятия относятся, прежде всего, суммы сомнительных долгов по расчетам с другими предприятиями, а также с отдельными лицами, подлежащие резервированию в соответствии с законодательством. Сомнительным долгом признается дебиторская задолженность предприятия, которая не погашена в сроки, установленные договорами, и не обеспечена соответствующими гарантиями (залогом).

К убыткам предприятия также относятся:

- 1) затраты по аннулированным заказам, а также затраты на производство, не давшее продукции;
- 2) присужденные штрафы, пени, неустойки и другие виды санкций;
- 3) затраты на содержание законсервированных производственных мощностей;
- 4) убытки по операциям с тарой;
- 5) судебные издержки и арбитражные расходы;
- 6) убытки по операциям прошлых лет, выявленные в текущем году; потери от стихийных бедствий, включая затраты, связанные с предотвращением или ликвидацией последствий стихийных бедствий;
- 7) потери от уценки производственных запасов и готовой продукции; убытки от хищений, виновники которых по решению суда не установлены.

Расчетная (чистая) прибыль предприятия определяется как разность между балансовой прибылью и общей суммой налоговых отчислений:

$$Пч = Пб - Но \quad (1.3)$$

где Пч - чистая годовая прибыль;

Но - общая сумма налоговых отчислений в год.

Под расчетной прибылью понимается плановая и фактическая прибыль от реализации продукции, работ, услуг и другие финансовые результаты, учитываемые при планировании прибыли, за вычетом налогов и процентов за краткосрочный кредит.

Не планируемые доходы, расходы и потери, включая суммы, полученные и уплаченные в виде экономических санкций, относятся на прибыль, остающуюся в распоряжении предприятий.

Плановая и фактическая прибыль направляется на:

- уплату процентов за краткосрочные кредиты банков, включая проценты за банковский кредит внешнеторговых фирм, не наделенных правами юридических лиц;
- отчисления в государственный (в том числе в местный) бюджет по установленным нормативам к расчетной прибыли;
- остающаяся в распоряжении трудового коллектива чистая плановая и фактическая прибыль направляется на образование по установленным нормативам фондов развития производства, науки и техники, социального развития, оплаты труда, сальдо экономических санкций, отчислений в фонд материального поощрения и др.

Для целей анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия или для некоторых естественных монополистов (если установлен предельный уровень рентабельности) определяют плановый и фактический уровень рентабельности как отношение прибыли к полной себестоимости реализованной продукции (рентабельность продукции) либо как отношение прибыли к производственным фондам (рентабельность производства). При этом за основу берется балансовая прибыль, уменьшенная на сумму внереализационных доходов. Такой метод определения прибыли позволяет получить точные данные об уровне рентабельности продукции и производства.

1.2. Методы планирования прибыли

Планирование прибыли – составная часть финансового планирования. Оно проводится по всем видам деятельности предприятия. Раздельное

планирование обусловлено различиями в методологии исчисления и налогообложении прибыли от различных видов деятельности. В процессе разработки финансовых планов учитываются все факторы, влияющие на величину прибыли, и моделируются финансовые результаты о принятия различных управленческих решений.

В условиях стабильной развивающейся экономики планирование прибыли осуществляется на период от трех до пяти лет. При относительно стабильных ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования распространено текущее планирование в рамках одного года. При нестабильной экономической и политической ситуации планирование возможно на кратковременный период.

Основными методами планирования прибыли являются:

1. метод прямого счета;
2. аналитический метод;
3. метод совмещенного расчета.

1.2.1. Метод прямого счета

Метод прямого счета является наиболее распространённым. Он применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции. В наиболее общем виде прибыль – это разница между ценой и себестоимостью, но при расчете плановой величины прибыли необходимо уточнить объем продукции, от реализации которой ожидается эта прибыль. Прибыль по товарному выпуску планируется на основе сметы затрат на производство и реализацию продукции, где определяется себестоимость товарного выпуска планируемого периода:

$$П_{тп} = Ц_{тп} - Ст_{п} \quad (1.4)$$

где $П_{тп}$ - прибыль по товарному выпуску планируемого периода;

$Ц_{тп}$ - стоимость товарного выпуска планируемого периода в действующих ценах реализации (без налога на добавленную стоимость, акцизов, торговых и сбытовых скидок);

$Ст_{п}$ - полная себестоимость товарной продукции планируемого периода (рассчитана в смете затрат на производство и реализацию продукции).

Исходя из того, что объем реализуемой продукции предстоящего планового периода в натуральном выражении определяется, как сумма остатков нереализованной продукции на начало планируемого периода и объема выпуска товарной продукции в течении планируемого периода без

остатков готовой продукции, которые не будут реализованы в конце этого периода, то расчет плановой суммы от реализации продукции примет вид:

$$\text{Прп} = \text{По1} + \text{Птп} - \text{По2} \quad (1.5)$$

где Прп - прибыль от реализации продукции в планируемом периоде;

По1 - прибыль в остатках продукции, не реализованной на начало планируемого периода;

Птп - прибыль по товарной продукции, планируемой к выпуску в предстоящем периоде;

По2 - прибыль в остатках готовой продукции, которая не будет реализована в конце планируемого периода.

Именно такая методика расчета лежит в основе применения укрупненного прямого метода планирования прибыли, когда легко определить объем реализуемой продукции в ценах и по себестоимости.

Другая разновидность метода прямого счета – метод по ассортиментному планированию прибыли. Прибыль определяется по каждой ассортиментной позиции, для чего необходимо располагать соответствующими данными. Прибыль суммируется по всем ассортиментным позициям. К полученному результату прибавляется прибыль в остатках готовой продукции, не реализованных на начало планируемого периода. После расчета прибыли от реализации продукции она увеличивается на прибыль от прочей реализации и планируемые внереализационные результаты.

Укрупненный метод прямого счета применим на предприятиях с незначительной номенклатурой выпускаемой продукции. Метод по ассортиментному расчету используется при более широком ассортименте, если планируется себестоимость по каждому виду продукции. Главным достоинством метода прямого счета при известных ценах и неизменных затратах в течение планируемого периода является его точность.

В современных условиях хозяйственный метод прямого счета можно использовать при планировании прибыли только на короткий период времени, пока не изменились цены, зарплата и другие обстоятельства. Это исключает его применение при перспективном планировании прибыли. Расчет прибыли не позволяет выявить влияние отдельных факторов на плановую прибыль и при большой номенклатуре очень трудоёмок.

1.2.2. Аналитический метод

Аналитический метод планирования прибыли применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также в качестве

дополнительного к методу прямого счета в целях поверки и контроля последнего.

Преимущество метода состоит в том, что он позволяет определить влияние отдельных факторов на плановую прибыль.

При аналитическом методе прибыль рассчитывается не по каждому виду выпускаемого в планируемом году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом.

Первым этапом аналитического метода является определение базовой рентабельности, как частного от деления прибыли за отчетный период на полную себестоимость сравнимой товарной продукции за тот же период:

$$Рб = (Пбаз : Стп) \times 100\% \quad (1.6)$$

где Рб – базовая рентабельность;

Пбаз – прибыль базисного года;

Стп – полная себестоимость товарной продукции базисного года.

С помощью базовой рентабельности ориентировочно рассчитывается прибыль планируемого года (Пплан) на объем товарной продукции планируемого года (Nт), но по себестоимости базисного года:

$$Пплан = Nт \times Рб / 100\% \quad (1.7)$$

Далее расчет ведется в определенной последовательности:

- 1) Рассчитывается изменение (+, -) себестоимости продукции в планируемом году.
- 2) Определяется влияние изменения ассортимента, качества, сортности продукции. Такие расчеты выполняются в специальных таблицах на основе плановых данных об ассортименте продукции, ее качестве и сортности.
- 3) После обоснования цены на готовую продукцию планируемого года определяется влияние роста цен.
- 4) Влияние на прибыль всех вышеперечисленных факторов определяется путем их суммирования.

В итоге следует учесть изменение прибыли в нереализованных остатках готовой продукции на начало и на конец планируемого периода.

В отличие от метода прямого счета, аналитический метод планирования прибыли показывает влияние факторов на величину прибыли, но и он в достаточной степени не учитывает влияние всех меняющихся условий хозяйствования на финансовые результаты и не обеспечивает их достоверности, прежде всего из-за постоянно меняющихся условий хозяйствования.

В ряде случаев применяется метод совмещенного расчета прибыли. При его использовании применяются элементы первого и второго методов. Так, стоимость товарной продукции в ценах планируемого периода и

себестоимость отчетного года определяются методом прямого счета, а воздействие на прибыль отдельных факторов с помощью аналитического метода.

Рассмотренные выше методы определения прибыли создают возможность при их применении планировать на перспективу размеры прироста прибыли, определять направления ее максимизации и заблаговременно принимать меры по оптимизации структуры затрат в целях укрепления финансового положения предприятия и его дальнейшего эффективного развития.

Глава 2. Анализ планирования прибыли на предприятии

2.1 Краткая характеристика предприятия. Анализ планирования прибыли на предприятии

2.1 Краткая характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Макдоналдс» действует в соответствии с законодательством РФ как коммерческая организация, основной целью которой является извлечение прибыли.

Полное фирменное наименование Общества - Общество с ограниченной ответственностью «Макдоналдс». Сокращенное наименование Общества - ООО «Макдоналдс».

Деятельность ООО «Макдоналдс» осуществляется в соответствии с Гражданским Кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью», а также иными нормативными актами Российской Федерации. Общество считается созданным как юридическое лицо с момента его государственной регистрации. Срок деятельности Общества не ограничен.

Основной вид деятельности - предприятие общественного питания.

McDonald's - крупнейшая в мире сеть ресторанов формата «фаст-фуд», основанная в США в конце 1940-х гг.

В ассортименте ресторанов присутствуют: гамбургеры, сэндвичи, картошка - фри, десерты, напитки и т.д.

ООО «Макдоналдс» для достижения установленных целей своей деятельности имеет право от своего имени заключать сделки, приобретать, иметь в собственности движимое и недвижимое имущество, производственное оборудование, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени осуществлять имущественные, коммерческие и финансовые сделки, сдавать в залог свое имущество, быть истцом и ответчиком в суде.

Высшим органом управления общества является общее собрание участников общества. Все участники общества имеют право присутствовать

на собрании, принимать участие в обсуждении вопросов повестки дня и голосовать при принятии решений. Руководство текущей деятельностью общества осуществляется единоличным исполнительным органом - исполнительным директором по региону. Директор избирается решением учредителей общества

Структура должностей «Макдоналдса» предполагает практически равные возможности для карьерного роста всем поступившим на работу.

Во внутренней структуре должностей особое внимание отводится такой должности как, менеджер - стажер.

В ресторанах сети разработана специальная программа, по которой молодые специалисты, имеющие высшее образование и успешно прошедшие и сдавшие экзамены программы подготовки менеджеров - стажеров, в короткие сроки могут стать линейными руководителями.

Таблица 1

Структура должностей сети ресторанов «Макдоналдс»

6 уровень	директор ресторана	
5 уровень	первый ассистент директора ресторана	
4 уровень	второй ассистент директора ресторана	
3+ уровень	менеджер-стажер	
3 уровень	менеджер производственного участка	
2 уровень	инструктор по обучению	
1 уровень	работник ресторана - член бригады ресторана	

В связи со спецификой и особенностями сферы быстрого питания, все работники периодически обучаются: новым стандартам обслуживания, организации работы оборудования и технологических процессов. Ротация кадров является неотъемлемой частью внутренней структуры управления персоналом. Универсальность работников облегчает задачу расстановки кадров при составлении графиков рабочей смены.

2.2 Анализ прибыли и финансовых результатов деятельности предприятия

Анализ финансовых результатов ООО «Макдоналдс» начнем с изучения объема, состава, структуры и динамики прибыли до налогообложения в разрезе основных источников ее формирования, которыми являются прибыль от продаж и прибыль от прочей деятельности (табл. 2).

Таблица 2

Анализ прибыли до налогообложения ООО «Макдоналдс» за 2012-2013 гг.

Показатель		2012 года, млн. руб.	2013 года, млн. руб.	Отклонение , млн. руб.	Темп роста %	Темп прироста %
Прибыли от продаж	от	249	1 579	1 330	634,14	534,14
Прибыль прочей деятельности	от	0	834	834	0	100,00
Прибыль до налогообложения	до	249	714	465	286,75	186,75

Таким образом, в 2013 году по сравнению с 2012 годом величина прибыли до налогообложения возросла на 465 млн. руб., или на 186,75 %, за счет увеличения суммы прибыли от продаж на 1 330 млн. руб., или на 534,14 %, и увеличения суммы прибыли от прочей деятельности на 834 млн. руб., или на 100 %.

Рассмотрим анализу основных источников формирования прибыли до налогообложения: прибыли от продаж и прибыли от прочей деятельности - в отдельности.

Анализ прибыли от продаж ООО «Макдоналдс» с изучения ее объема, состава, структуры и динамики в разрезе основных элементов, определяющих ее формирование (табл. 3).

Таблица 3

Анализ прибыли от продаж ООО «Макдоналдс» за 2012-2013 гг.

Показатель	2012 года, млн. руб.	2013 года, млн. руб.	Отклонение, млн. руб.	Темп роста %	Темп прироста %
Выручка (нетто) от продаж	46 704	62 376	15 672	133,55	33,55
Себестоимость продаж	45 176	52 445	7 269	116,09	16,09
Управленческие расходы	177	5 170	5 053	4 418	4 318
Коммерческие расходы	1 102	3 182	2 080	288,74	188,74
Прибыль от продаж	249	1 579	1 330	634,14	534,14

Таким образом, в 2013 году по сравнению с 2012 годом величина прибыли от продаж возросла на 60 млн. руб., или на 16,4%, за счет увеличения выручки (нетто) от продаж на 15 672 млн. руб., или на 33,55%, при росте себестоимости продаж на 7 269 млн. руб., или на 16,09%, управленческих расходов на 5 053 млн. руб., или на 4 318 %, и коммерческих расходов на 2 080 млн. руб., или на 188 74 %.

Затем проанализируем прибыль от прочей деятельности в разрезе формирующих ее доходов и расходов, связанных с этой деятельностью (табл.

4). В ходе анализа изучим ее объем, состав, структуру и динамику. При этом структуры доходов и расходов, связанных с прочей деятельностью, как уже было отмечено ранее, анализируются в отдельности.

Таблица 4

Анализ прибыли от прочей деятельности ООО «Макдоналдс»

за 2012-2013 гг.

Показатель	2012 года, млн. руб.	2013 года, млн. руб.	Отклонение, млн. руб.	Темп роста %	Темп прироста %
1. Доходы от прочей деятельности, всего в том числе	0	849	849	0	100
1.1. Проценты к получению	0	15	15	0	100
1.2. Доходы от участия в других организациях	0	0	0	0	0
1.3 Прочие доходы	0	834	834	0	100
2. Расходы, связанные с прочей деятельностью, всего в том числе	0	1 714	1714	0	100
2.1. Проценты к уплате	0	1 135	1135	0	100
2.2. Прочие расходы	0	579	579	0	100

3. Прибыль (убыток) от прочей деятельности	0	- 865	- 865	0	100
--	---	-------	-------	---	-----

Таким образом, за 2013 год величина прибыли от прочей деятельности возросла на 849 млн. руб., или на 100%, за счет доходов от прочей деятельности на 0 млн. руб., или на 0%, при повышении расходов, связанных с прочей деятельностью, на 1 714 млн. руб., или на 100 %. При этом общая суммы доходов от прочей деятельности на 0 млн. руб., или на 0 %, обусловлено ростом процентов к получению на 15 млн. руб., или на 100,0%, доходов от участия в других организациях на 0 млн. руб., или на 0 %, и прочих доходов на 834 млн. руб., или на 100 %, а повышение общей суммы расходов, связанных с прочей деятельностью, на 865 млн. руб., или на 100 %, связано с ростом прочих расходов на 579 млн. руб., или на 100%, при снижении процентов к уплате на 1 135 млн. руб., или на 100 %.

Завершив анализ прибыли до налогообложения и основных источников ее формирования, обратимся к анализу чистой прибыли, который ведется в разрезе определяющих ее элементов: прибыли до налогообложения, отложенных налоговых активов, отложенных налоговых обязательств и текущего налога на прибыль - и предполагает изучение ее объема, состава, структуры и динамики (табл. 5).

Таблица 5

Анализ чистой прибыли ООО «Макдоналдс» за 2012-2013 гг.

Показатель	2012 года, млн. руб.	2013 года, млн. руб.	Отклонение, млн. руб.	Темп роста %	Темп прироста %
1. Прибыль до налогообложения	249	714	465	286,75	186,75
2. Отложенные налоговые активы	0	0	0	0	0

3. Отложенные налоговые обязательства	0	0	0	0	0	
4. Текущий налог на прибыль	50	230	180	460	360	
5. Чистая прибыль (убыток)	199	484	285	243,22	143,22	

Таким образом, за 2013 год величина чистой прибыли возросла на 285 млн. руб., или на 43,22 %, за счет увеличения прибыли до налогообложения на 465 млн. руб., или на 186,75 %, и при снижении суммы текущего налога на прибыль на 180 млн. руб., или на 360 %.

Подводя черту под выполнением анализа финансовых результатов ООО «Макдоналдс» по данным отчета о прибылях, можно констатировать увеличение всех ее финансовых результатов в отчетном году по сравнению с данными прошлого года в большей или меньшей степени, что является, безусловно, позитивным явлением, свидетельствующим о достаточной успешности финансово-хозяйственной деятельности данной коммерческой организации.

2.3 Планирование прибыли на предприятии

Главная задача ООО «Макдоналдс» в условиях рынка заключается в организации производственно-финансовой деятельности с целью удовлетворения потребностей покупателя в продукции и получения наибольшей прибыли. Предприятие выступает в качестве и продавца и покупателя. Как производитель (продавец) ООО «Макдоналдс» стремится реализовать свою продукцию, а как покупатель - удовлетворить спрос на необходимые ресурсы. Задачей предприятия является планирование и использование финансовых ресурсов (а прибыль - источник этих ресурсов) в целях повышения своей платежеспособности и рыночной устойчивости. Финансовые ресурсы - не только важнейшая экономическая категория, но одновременно они выступают плановым регулятором производственно-

коммерческой деятельности, расширения самостоятельности на рынках товаров и услуг.

Основой финансового механизма служит система взаимодействия таких общеэкономических процессов, методов и расчетов, как организация, планирование и стимулирование рационального использования денежных средств в процессе производства товаров. На предприятии ООО «Макдоналдс» действует сложная система производственно-технических, социально-трудовых и финансово-экономических отношений между подразделениями и категориями персонала. В конечном счете финансовые отношения предполагают осуществление денежных обменных процессов: на труд наемных работников; на товары и услуги поставщиков; на деньги инвесторов и должников и так далее.

С финансово-экономических позиций произведенное богатство есть разница между производством и потреблением, результатами и затратами. Таким образом, доход ООО «Макдоналдс» или прибыль является основой самофинансирования всех видов деятельности предприятия. Поэтому получение максимальной прибыли - конечная цель стратегического и текущего планирования. Среди главных источников доходов — это труд, капитал и организация.

Прибыль возникает лишь при условии взаимодействия труда и капитала и сохранения основными факторами производства их первоначальной стоимости. Отсюда различие между валовой и чистой прибылью, показатели среднего, валового и предельного дохода, относимых к конечным общеэкономическим нормативам. Валовой доход представляет собой произведение цены реализации на объем продаж определенного товара. Каждая единица прибавляет к валовому доходу ровно одну цену. Дополнительный или добавочный доход, являющийся результатом продажи еще одной единицы продукции и есть предельный доход. Средний доход (с одной единицы продаж) и средний предельный доход как правило равны.

Важнейшая роль прибыли в деятельности ООО «Макдоналдс» определяют необходимость правильного ее счисления и планирования.

В ООО «Макдоналдс» планируется прибыль отдельно по видам: от реализации товарной продукции; от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера; от реализации основных фондов и другого имущества; от прочих доходов и расходов.

Основным способом планирования прибыли от реализации товарной продукции в ООО «Макдоналдс» является метод прямого счета.

Метод прямого счета заключается в том, что прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции в соответствующих ценах и полной ее себестоимостью за вычетом НДС и акцизов.

Расчету прибыли предшествует определение выпуска сравнимой и несравнимой товарной продукции в планируемом году по полной себестоимости в ценах отчетного года, а также остатков готовой продукции на складе и товаров, отгруженных на начало и конец планируемого года.

Расчет плановой прибыли должен быть экономически обоснованным, что позволит осуществлять своевременное и полное финансирование инвестиций, прироста собственных оборотных средств, соответствующих выплат рабочим и служащим, а также своевременные расчеты с бюджетом, банками и поставщиками.

Используя данные производственного плана предприятия, рассчитаем величину прибыли в плановом 2014 и 2015 годах. Сведем в таблицу 6 данные 2013 года и планируемые показатели на 2014-2015 года.

Таблица 6

Планируемые показатели деятельности ООО «Макдоналдс» на 2014-2015 гг.

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	
Выручка, млн. руб.	62 376	72 078	81780	
Прибыль до налогообложения, млн. руб.	714	810	906	
Себестоимость продаж, млн. руб.	52 445	56 640	60835	
Прибыль от продаж, млн. руб.	1 579	1 792	2005	
Коммерческие расходы, млн. руб.	3 182	3 182	3185	

Управленческие расходы, млн. руб.	5 170	5 170	5170	
Чистая прибыль, млн. руб.	477	967	1457	

Итак, согласно производственному плану, предприятие планирует в 2014 году увеличить производство на 8 %. Это связано с прогнозируемым ростом спроса на продукцию предприятия. Кроме того, имеются необходимые производственные мощности.

В связи с ростом цен сырья, планируется рост себестоимости от продажи продукции на 8% или на 4 195,60 млн. руб. По данной причине предприятие приняло решение поднять цены на продукцию на 7 %.

Таким образом, прибыль от продажи в плановом году составит 1 792 млн. руб., т.е. увеличится на 13,5 %.

Планируется, что коммерческие и управленческие расходы останутся на прежнем уровне.

Определим чистую прибыль предприятия:

$$Пч = 1\,792 - 1\,792 * (0,2+0,26) = 967 \text{ млн. руб.}$$

Рост прибыли должен быть связан, главным образом, за счет увеличения объема производства.

Для расчета был использован метод прямого счета. Рассчитаем теперь плановую прибыль с помощью аналитического метода.

После учета коммерческих и управленческих расходов и доходов, а также налогов и обязательных отчислений, получим величину чистой прибыли, равную 967 млн. руб.

2.4 Пути повышения прибыли на предприятии

На основании проведенных исследований, можно сделать вывод, что ООО «Макдоналдс» в данном году работало успешно, что позволяет говорить о правильности определения стратегии развития предприятия и выборе способов повышения эффективности его деятельности.

Достижение высоких результатов работы предприятия предполагает управление процессом формирования, распределения и использования прибыли.

Управление включает анализ прибыли, ее планирование, и постоянный поиск возможностей увеличения прибыли.

На ООО «Макдоналдс» подразделения экономической службы ищут пути роста прибыли. В значительной мере это обеспечивается инфляцией и ростом цен на исходное сырье и топливно-энергетические ресурсы. В условиях резкого роста цен и недостатка собственных оборотных средств у предприятий возможность прироста прибыли в результате снижения себестоимости затруднена.

Увеличение объема реализации продукции в натуральном выражении при прочих равных условиях ведет к росту прибыли. Возрастающие объемы производства, пользующейся спросом, могут достигаться с помощью капитальных вложений, что требует направления прибыли на покупку более производительного оборудования, освоение новых технологий, расширение производства.

Не требует капитальных затрат ускорение оборачиваемости оборотных средств, которое также ведет к росту объемов производства и реализации продукции. Однако инфляция достаточно быстро обесценивает оборотные средства, предприятиями на приобретение сырья и топливно-энергетических ресурсов направляется все большая их часть, неплатежи покупателей и требуемая предоплата отвлекают значительную часть средств из оборота предприятия.

Поскольку прибыль от реализации продукции занимает наибольший удельный вес в структуре балансовой прибыли, то анализ факторов, ее определяющих, имеет значение для выявления резервов роста всей балансовой прибыли.

На величину прибыли от реализации продукции влияют состав и размер нереализованных остатков на начало и конец периода. Значительная величина остатков приводит к неполному поступлению выручки и недополучению прибыли.

Резервом увеличения балансовой прибыли, может быть, прибыль, полученная от реализации основных фондов и иного имущества предприятия.

Если раньше операции, связанные с выбытием основных фондов, не оказывали заметного влияния на финансовые результаты, то теперь, когда предприятия вправе распоряжаться своим имуществом, имеет смысл освободиться от излишнего и не установленного оборудования, предварительно взвесив, что выгоднее - продать его или сдать в аренду.

Другие операции, например безвозмездная передача основных средств предприятию, не относятся на балансовую прибыль, а возмещаются из чистой прибыли, предназначенной на накопление.

Прибыль может быть получена от реализации нематериальных активов, имеющих спрос на рынке. Их продажная цена определяется способностью приносить доход. Для исчисления прибыли из продажной цены исключаются затраты, связанные с созданием или покупкой нематериальных активов с учетом расходов по их доведению до состояния, в котором они способны приносить доход.

При стабильных экономических условиях хозяйствования основной путь увеличения прибыли от реализации продукции состоит в снижении себестоимости затрат.

Помимо факторов увеличения объема производства продукции, повышения цен, продвижения продукции на незаполненные рынки, неумолимо выдвигается проблема снижения затрат на производство и реализацию этой продукции, снижения издержек производства.

В традиционном представлении важнейшими путями снижения затрат является экономия всех видов ресурсов, потребляемых в производстве: трудовых и материальных.

Так значительную роль в структуре издержек производства занимает оплата труда. Поэтому актуальна задача снижения трудоемкости выпускаемой продукции, роста производительности труда, сокращения численности административно-обслуживающего персонала.

Снижения трудоемкости продукции, роста производительности труда можно достичь различными способами. Наиболее эффективные из них -

механизация и автоматизация производства, разработка и применение прогрессивных, высокопроизводительных технологий. Однако одни мероприятия по совершенствованию применяемой техники и технологии не дадут должной отдачи без улучшения организации производства и труда.

Материальные ресурсы занимают до 3/5 в структуре затрат. Отсюда понятно значение экономии этих ресурсов, рационального их использования. Первоочередным здесь выступает применение ресурсосберегающих технологических процессов. Немаловажно и повышение требовательности, и повсеместное применение входного контроля за качеством поступающих от поставщиков сырья и материалов, комплектующих изделий и полуфабрикатов.

Сокращение расходов по амортизации основных производственных фондов может быть достигнуто путем лучшего использования этих фондов, максимальной их загрузки. На зарубежных предприятиях рассматриваются также такие факторы снижения затрат на производство продукции, как определение и соблюдение оптимальной величины партии закупаемых материалов, оптимальной величины серии закупаемой в производство продукции, решение вопроса о том, производить самим или закупать у других производителей отдельные компоненты или комплектующие изделий.

Известно, что чем больше партия закупаемого сырья, материалов, тем больше величина среднегодового запаса и больше размер издержек, связанных со складированием этого сырья, материалов. Вместе с тем приобретение сырья и материалов крупными партиями имеет свои преимущества. Снижаются расходы, связанные с размещением заказа на приобретаемые товары, с приемкой этих товаров, контролем за прохождением счетов и др. Таким образом, возникает задача определения оптимальной величины закупаемых сырья и материалов, чтобы избежать лишних затрат и увеличить прибыль.

В сочетании с традиционными путями снижения затрат на производство продукции вновь возникшие факторы позволят в комплексе довести величину издержек производства до оптимального уровня, следовательно увеличить прибыль.

Среди факторов, влияющих на прирост прибыли, ведущая роль принадлежит снижению себестоимости продукции. Выбор путей сокращения текущих издержек производства основывается на анализе структуры

себестоимости. Для материалоемких отраслей промышленности наиболее характерным путем является экономия материальных ресурсов, для трудоемких - улучшение использования труда, для энергоемких - экономия топлива и электроэнергии. А для вашего предприятия?

Исследования показали, что основными резервами увеличения балансовой прибыли для ООО «Макдоналдс» стали следующие: при стабильных экономических условиях хозяйствования основной путь увеличения прибыли от реализации продукции состоит в снижении себестоимости в части материальных затрат; снижение состава и размера нереализованных остатков на начало и конец отчетного периода; резервом увеличения балансовой прибыли может быть прибыль, полученная от реализации основных фондов и иного имущества предприятия.; снижение материалоемкости и трудоемкости; внедрение новых технологий и оборудования; совершенствование организационной структуры предприятия, снижение трудовых затрат; увеличение оборачиваемости оборотных средств.

Руководство предприятия должно четко представлять, за счет каких источников ресурсов организация будет осуществлять свою деятельность и в какие сферы деятельности будет вкладываться капитал. Забота о финансах является отправным моментом и конечным результатом деятельности любого предприятия.

Переход к рыночным отношениям требует глубоких сдвигов в деятельности предприятия. Необходимо осуществлять крутой поворот в интенсификации производства, переориентировать предприятие на полное и первоочередное использование качественных факторов экономического роста.

Коренные преобразования в технике и технологии, мобилизация всех, не только технических, но и организационных, экономических и социальных факторов создают предпосылки для значительного повышения производительности труда.

Предстоит обеспечить внедрение новейшей техники и технологии, широко применять на производстве прогрессивные формы научной организации труда, совершенствовать его нормирование, добиваться роста культуры производства, укрепления порядка, дисциплины, стабильности трудовых коллективов. Специалисты по менеджменту полагают, что наиболее эффективным моментом работы организации являются

продуманные действия его руководителей. Квалифицированное действие руководства дает возможность направить в нужное русло поведение работников, создать необходимую производственную ориентацию и мотивацию их действий, содействовать эффективной работе. В результате производственная деятельность коллектива приобретает нужную целеустремленность, организованность и продуктивность. Таким образом, успех приходит тогда, когда качественное руководство формирует активное поведение работников, а их взаимодействие проявляется в эффективной производственной деятельности. Таким образом, можно сделать вывод, что на предприятии ООО «Макдоналдс» необходимо направлять денежные средства:

- 1) на развитие материально-технической базы,
- 2) в фонд материального поощрения, так как в управленческой деятельности успех достигается, если усилия подчиненных достаточно оплачиваются. Данные меры в перспективе позволят значительно улучшить конкурентоспособность ООО «Макдоналдс» за счет использования достижений научно-технического прогресса и увеличения производительности труда.

3. Заключение

В процессе курсового исследования мы определили, что прибыль как экономическая категория отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства в процессе предпринимательской деятельности. Результатом соединения факторов производства (труда, капитала, природных ресурсов) и полезной производительной деятельности хозяйствующих субъектов является готовая продукция, которая становится товаром при условии ее реализации потребителю.

На стадии продажи выявляется стоимость товара, включающая стоимость прошлого овеществленного, труда и живого труда. Стоимость живого труда отражает вновь созданную стоимость и распадается на две части. Первая представляет собой заработную плату работников, участвующих в производстве продукции. Ее величина определяется рядом факторов, обусловленных необходимостью воспроизводства рабочей силы. В этом смысле для предпринимателя она представляет часть издержек по

производству продукции. Вторая часть вновь созданной стоимости отражает чистый доход, который реализуется только в результате продажи продукции, что означает общественное признание ее полезности.

На уровне предприятия в условиях товарно-денежных отношений чистый доход принимает форму прибыли. На рынке товаров предприятия выступают как относительно обособленные товаропроизводители. Установив цену на продукцию, они реализуют ее потребителю, получая при этом денежную выручку, что не означает получение прибыли. Для выявления финансового результата необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию, которые принимают форму себестоимости продукции. Когда выручка превышает себестоимость, финансовый результат свидетельствует о получении прибыли. Предприниматель всегда ставит своей целью прибыль, но не всегда ее получает. Если выручка равна себестоимости, то удалось лишь возместить затраты на производство и реализацию продукции. При реализации без убытков, отсутствует и прибыль как источник производственного, научно-технического и социального развития. При затратах, превышающих выручку, предприятие получает убытки - отрицательный финансовый результат, что ставит его в достаточно сложное финансовое положение, не исключающее и банкротство.

Список использованной литературы

Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта - 2-е изд., доп. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 208 с.

Басовский Л.Е. Теория экономического анализа - М.: Инфра-М. - 2010. - 224 с.

Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс. - К.: Ника-Центр, 2011.

Бородина Е.И. Финансы предприятий / Е.И. Бородина, Ю.С. Голикова, Н.В. Колчина. - М.: Банки и биржи, 2009. - 208

Гаврилова А.Н. Финансы организаций (предприятий) : учебник / А.Н. Гаврилова, А.А. Попов. -- 3-е изд., перераб. и доп. -- М.: КНОРУС, 2011. -- 608 с.

Дмитриева Н.И. Современные инструменты мониторинга хозяйственной деятельности организации // Микроэкономика. - 2009. - № 4. - С.54-57.

Ковалев А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г. Финансы фирмы. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 496 с.

Кондраков Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 448 с.

Куксов А. Планирование деятельности предприятия // Экономист. - 2002. - № 6. - С. 61-67.

Кукукина И.Г. Управление финансами / И.Г. Кукукина. - М.: Юристъ, 2009. - 267 с.

Нечитайло А.И. Учет финансовых результатов и распределения прибыли. - СПб.: Питер, 2011. - 336 с.

Николаева О., Шишкова Т. Управленческий учет: учебное пособие. Изд-во «УРСС», 2009. - 368 с.

Профессиональный комментарий к Положению о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли / А.

В. Брызгалин, В. Р. Берник, А. Н. Головкин, А. В. Ярошенко. - М. : Аналитика-пресс; Екатеринбург : Центр "Налоги и фин. право", 2010. - 135с.

Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш. Экономика и управление. - М., 2011. -481с.

Репин В.В. Технологии управления финансами предприятия / В.В. Репин. - М.: «Издательский дом «АТКАРА», 2011.

Романовский М.В., Врублевский О.В., Сабанти Б.М. Финансы: Учебник - 2-е изд., перераб. и доп. (Серия «Университеты России»).- М.: Издательство «Юрайт», 2009. - 462 с.

Рындин А.Г., Шамаев Г.А. Организация финансового менеджмента на предприятии. - М.: Русская деловая литература, 2009. - 350 с.

Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент: российская практика. - М.: Перспектива, 2009. - 200 с.

Управление финансами предприятия / Под ред. Л.В. Тереховой. - М.: ЗАО «Издательский дом «Логос-Развитие», 2011. - 144 с.

Финансовый менеджмент: Учебное пособие / Под ред. Е.И. Шохина. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2000. - 408 с.

Финансы: Учеб. пособие / Под ред. А.М. Ковалевой. 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансовая статистика, 2010.

Финансы предприятий: Учебник / Н.В, Колчина, Г.Б. Поляк, Л.П. Павлова и др.: Под ред.проф. Н.В, Колчиной. - М.: Финансы, ЮНИТИ, 2010. -358с.

Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / Под ред. проф. Н.Ф.Самсонова. М.: ИНФРА-М, 2011. -456с.

Финансы: Учебник / В.М. Родионова, Ю.Я. Вавилов. - М.,: Финансы и статистика, 2009. - 398 с.

Экономика. Курс лекций: Учебное пособие для вузов /В.В. Янова. -- М: Издательство «Экзамен», 2010. -384с.

Экономическая теория. Элементарный курс: учебное пособие / С.С. Носова. - М.: КНОРУС, 2010. -400с.

Экономика предприятия: Учебник для вузов /Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. -- 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.- 389с.

Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи. Учебное пособие/Под ред. М.И. Баканова и А.Д. Шеремета. М.: Финансы и статистика, 2010. -435с.

Экономика предприятия (фирмы): Учебник/Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. -- 3-е изд., перераб. и доп. -- М.:ИНФРА-М, 2010. -601с.

Экономическая теория: учебник для вузов/ Под ред. В.Д Камаева - М.: ВЛАДОС, 2010. -592с.