МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«**КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Кафедра экономики предприятия,**

 **регионального и кадрового менеджмента**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**АНАЛИЗ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ОАО «АвтоВАЗ»**

Работу выполнил\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.Ю. Кузьменко

 (подпись, дата)

Факультет \_\_\_\_\_\_\_\_\_экономический\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_курс\_\_3\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Направление 38.03.01 Экономика\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Научный руководитель

доцент, канд. экон. наук,

доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.Н. Захарова

 (подпись, дата)

Нормоконтролер

преподаватель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д.Н. Ванян

 (подпись, дата)

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение...................................................................................................................3

1. Теоретические основы формирования прибыли и рентабельности………………………………………….……………………..4
	1. Прибыль предприятия сущность……..………………………………….4
	2. Методы оценки рентабельности деятельности предприятия………………………...……………………………………..7
	3. Система показателей прибыли предприятия……………………….….10
2. Анализ деятельности компании ОАО «АвтоВАЗ»………………………...13
	1. Общая характеристика экономической деятельности организации…..…………………………………………………………..13
	2. Анализ финансовых показателей прибыли и рентабельности предприятия…….………………………………..……………………….21
	3. Оценка эффективности деятельности компании и анализ ее текущего положения………………………………………………………………...27
3. Основные направления повышения эффективности деятельности компании………………………………………………………………...……29
	1. Выявление резервов роста рентабельности и прибыли компании……29
	2. Разработка мероприятий по повышению прибыли и рентабельности предприятия………………………………………………………………30

Заключение……………………………………………………………………….32

Список использованных источников………………………………………….33

ВВЕДЕНИЕ

ОАО «АвтоВАЗ» – это одно из крупнейших и важнейших предприятий российской экономики. В данный момент оно испытывает сильнейшие трудности в связи с жесткой конкуренцией с иностранными автомобильными компаниями. Для «АвтоВАЗа» рентабельность это не просто острая проблема, а вопрос выживания тем более в условиях нынешнего кризиса и обвала автомобильного рынка и снижение покупательной способности населения. Хотя такое состояние продолжается с самого распада СССР на протяжении минимум 25 лет, благодаря государственной поддержке оно смогло остаться на плаву, хотя с каждым годом все сильнее и сильнее отставала от своих конкурентов, в результате чего самостоятельно выправить положение оказалось фирме просто не под силу. В надежде хоть как-то исправить ситуацию пришлось его продать концерну «Renault-Nissan», однако положение компании не улучшилось в связи с макроэкономической конъектурой. Учитывая размеры организации – это проблема общенационального масштаба. Обобщая вышеизложенное можно с уверенностью сказать, что проблема повышения прибыльности «АвтоВАЗа» носит актуальный характер и требует серьезного внимания.

Целью работы является разработка мероприятий и рекомендаций по повышению прибыли и рентабельности компании

Объект исследования: открытое акционерное общество «АвтоВАЗ»

Предмет исследования: прибыль и рентабельность предприятия

1. Теоретические основы формирования прибыли и рентабельности
	1. Прибыль предприятия сущность

Прибыль – экономическая категория, которая отражает чистый доход предприятия, созданный в процессе предпринимательской деятельности, являющийся основным источником самофинансирования и дальнейшего развития [4]. При этом прибыль – это положительный результат деятельности предприятия. Отрицательный результат его деятельности называется убытком. Экономическое содержание прибыли проявляется в выполняемых функциях:

Прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности организации, т.е. является измерителем (мерой) эффективности общественного производства. По прибыли определяется рентабельность использования собственных и заемных средств, основных фондов, всего авансированного капитала и т.п. Тем самым прибыль и рентабельность являются основными индикаторами эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия [7].

Стимулирующая функция прибыли заключается в том, что прибыль является основным внутренним источником формирования финансовых ресурсов организации, обеспечивающих ее развитие, а также источником выплаты дивидендов ее акционерам и владельцам и в этом смысле служит главной мотивацией предпринимательской инициативы [3]

Общественно-социальная функция прибыли состоит в том, что она выступает источником формирования средств бюджетов различных уровней в виде налогов и наряду с другими доходными поступлениями используется для финансирования общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, для реализации государственных инвестиционных, производственных, научно-технических и других программ [9]. Кроме всего прочего, прибыль служит источником материального стимулирования работников предприятий, так как именно за счет прибыли предприятием может производиться: премирование. Выплата материальной помощи, оплата дополнительных отпусков, выплата надбавок к пенсиям, оплата жилья, путевок на лечение и отдых работников и их детей и другие вицы материальной помощи.

Прибыль есть особый систематически воспроизводимый ресурс организации, конечная цель осуществления бизнеса, основной внутренний источник развития и роста рыночной стоимости предприятия; индикатор его кредитоспособности и конкурентоспособности, гарантия выполнения организацией своих обязательств перед государством, источник удовлетворения социальных потребностей общества [11]. Поддержание необходимого уровня прибыльности – объективная закономерность нормального функционирования организации в рыночной экономике. Систематическая нехватка прибыли и ее неудовлетворительная динамика свидетельствуют о неэффективности бизнеса.

Главная цель управления прибылью – максимизация благосостояния собственников в текущем периоде и в перспективе. Это означает:

1. получение максимальной прибыли, соответствующей ресурсам организации и рыночной конъюнктуре;
2. обеспечение оптимальной пропорции между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска;
3. обеспечение выплаты дохода на инвестированный собственниками капитал;
4. получение достаточного объема инвестиционных ресурсов, сформированных за счет прибыли, в соответствии с задачами развития бизнеса;
5. обеспечение роста рыночной стоимости организации и эффективности программ участия персонала в распределении прибыли.

Виды прибыли:

В настоящее время в бухучете выделяют валовую прибыль – это разность между нетто-выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг (выручкой от реализации без учета налога на добавленную стоимость, акцизов и других косвенных налогов и сборов) и себестоимостью проданных товаров, работ и услуг [11]. В себестоимость продажи при определении валовой прибыли включаются прямые материальные затраты, прямые расходы на оплату труда и начисления, а также косвенные общепроизводственные расходы.

Прибыль (убыток) от продаж: – это валовая прибыль, уменьшенная на сумму коммерческих и управленческих расходов, т.е. это финансовый результат от основной деятельности предприятия [11]. Тем самым прибыль от продаж свидетельствует об эффективности основной деятельности предприятия, т.е. деятельности, связанной с производством и реализацией продукции, выполнением работ, оказанием услуг.

Прибыль (убыток) до налогообложения – это прибыль от продаж, увеличенная на суммы прочих доходов за вычетом соответствующих расходов. Показатель прибыли (убытка) до налогообложения – это финансовый результат от обычных видов деятельности, а также прочих доходов и расходов и, следовательно, показатель эффективности всей хозяйственной деятельности организации.

Чистая прибыль (убыток) отчетного периода – это конечный финансовый результат организации, выявленный за отчетный период, за вычетом причитающихся за счет бухгалтерской прибыли установленных в соответствии с законодательством налогов и иных аналогичных обязательств. Это та часть прибыли, которая предназначена исключительно для использования на цели, определяемые самой организацией. Она является единственным источником для выплаты дивидендов в акционерных обществах, а также распределения доходов между участниками обществ с ограниченной ответственностью пропорционально их долям в уставном капитале. Кроме того, часть чистой прибыли направляется на формирование резервного фонда, капитализацию прибыли, а в акционерных обществах – и на выплату дивидендов по привилегированным акциям. Оставшиеся средства распределяются на счет нераспределенной прибыли (непокрытого убытка). Смысл данного показателя заключается в аккумулировании невыплаченной в форме дивидендов (доходов), или нераспределенной, прибыли, которая остается в обороте у организации в качестве внутреннего источника финансирования долгосрочного характера, т.е. это, по сути, реинвестированная прибыль.

Следует отметить, что разные показатели прибыли интересны разным лицам, имеющие отношение к организации. Так, для собственников основным показателем является чистая прибыль, ссужающие деньги предприятию на долгосрочной основе и получающих долю в виде процентов по ссудам и займам кредиторы в первую очередь учитывают, операционную прибыль. Для государства основной финансовый показатель — это прибыль до налогообложения [1].

* 1. Методы оценки рентабельности деятельности организации

Рентабельность в отличие от прибыли предприятия, показывающей эффект предпринимательской деятельности, характеризует эффективность этой деятельности. Рентабельность - относительная величина, выражающая прибыльность (доходность) предприятия. В рыночной экономике существует система показателей рентабельности, и можно выделить четыре основные группы [2]:

1. Рентабельность продаж отражает эффективность производства и продаж продукции, работ и услуг. В состав этой группы входят следующие показатели:

- рентабельность всего объема продаж;

- рентабельность отдельных сегментов деятельности организации;

- рентабельность отдельных видов продукции;

1. Рентабельность затрат отражает их эффективность. Эту группу характеризуют следующие показатели:

- рентабельность всех затрат, то есть итога затрат оп экономическим элементам;

- рентабельность отдельных элементов затрат, то есть материальных затрат, затрат на оплату труда с отчислениями и так далее;

- рентабельность затрат по обычным видам деятельности, то есть в знаменателе коэффициента полная себестоимость продаж;

- доходность расходов, то есть величина доходов на один рубль расходов.

1. Рентабельность капитала:

- рентабельность всего примененного капитала (равна рентабельности всех активов, так как итоги актива и пассива балансов равны);

- рентабельность собственного капитала;

1. Рентабельность всех активов:

- рентабельность оборотных активов;

- рентабельность внеоборотных активов;

- рентабельность основных фондов;

- рентабельность производственных фондов;

Стоит подробнее рассмотреть наиболее важные из этих показателей.

Рентабельность затрат – коэффициент равный отношению балансовой прибыли от реализации к сумме затрат на производство и реализацию продукции. Данными для его расчета служит бухгалтерский баланс. Рентабельность затрат показывает сколько предприятие (организация) имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Этот показатель может рассчитываться как в целом по предприятию, так и по его отдельным подразделениям или видам продукции. Расчет рентабельности затрат производится по следующей формуле:

$Р\_{затр}=\left(\frac{П\_{до налогооблож}}{С}\right)\*100\%$ [11]

где П – прибыль,

С – себестоимость.

Рентабельность продаж – определяется, как отношение прибыли от реализации к стоимости реализованной продукции по свободным или регулируемым ценам, то есть к выручке от реализации. Она рассчитывается по формуле:

$Р\_{прод}=\left(\frac{П\_{от продаж}}{В}\right)\*100\%$ [6]

где В – выручка от реализации.

Рентабельность продукции – определяется как отношение прибыли от реализации к полной себестоимости реализованной продукции, характеризующее окупаемость затрат и позволяющее планировать цены и прибыль. Данный показатель рассчитывается по формуле:

$Р\_{продукции}=\left(\frac{П\_{реализ}}{С}\right)\*100\%$ [7]

Рентабельность деятельности – отражает способность фирмы контролировать себестоимость реализованной продукции и ее успехи в политике ценообразования. Рентабельность деятельности можно рассчитать по формуле:

$Р\_{деят}=\left(\frac{П}{В}\right)\*100\%$ [6]

В итоге хочется отметить, что множество существование множества показателей рентабельности отражает всю многогранность этой категории, что позволяет получить исчерпывающие данные о многих сторонах жизнедеятельности предприятия, так как состояние его конкурентоспособности, эффективности инвестиций, стабильности, вероятности банкротства и так далее. Сама система показателей рентабельности находится в тесной зависимости от прибыли предприятия, которая так же является многогранной категорией.

* 1. Система показателей прибыли предприятия

Прибыль – это разница между доходами и расходами предприятия за определенный период. Последние включают кредитные сделки и переоцененную стоимость активов, сделки за наличный расчет и колебания запасов реальных активов [3]. Существуют следующие виды прибыли:

Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) – это доход, получаемый предприятием в результате изготовления и продажи продукции собственного производства. Рассчитывается путем вычитания из выручки от продажи продукции полной себестоимости данной продукции [9].

Валовая прибыль, которая определяется как разность между выручкой от продажи товаров (продукции, работ, услуг) и себестоимостью проданных товаров (продукции, работ, услуг), включающая в себя расходы, непосредственно связанные с выпуском реализованной продукции [4]. Таким образом, в размере усеченной себестоимости не учитываются коммерческие и управленческие расходы.

Прибыль от продаж – показатель, отражающий хозяйственный результат (прибыль или убыток) от продажи товаров (продукции, работ, услуг). Он определяется как разница между выручкой и полными затратами, связанными с производством и продажей продукции (работ, услуг, товаров) [10]. Прибыль от продаж характеризует результаты производственно-сбытовой деятельности, которая для промышленных предприятий является основной.

 Прибыль до налогообложения показывает финансовый результат, полученный от всех видов деятельности организации за отчетный период. Данный показатель представляет собой сумму «прибыли от продаж» и доходов от операционной и внереализационной деятельности, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям [10].

Налогооблагаемая прибыль рассчитывается при определении размера налога на прибыль. Данный показатель отличается от прибыли до налогообложения и зависит от законодательства, регулирующего процесс начисления налога на прибыль предприятия.

Под прибылью от обычной деятельности понимается финансовый результат, полученный от деятельности фирмы минус суммы налога на прибыль и других обязательных платежей в бюджет [9].

Особую важность для предприятия имеет показатель чистой прибыли, который входит в валюту баланса. Именно чистая прибыль находится в распоряжении предприятия и является источником формирования собственного капитала и выплаты учредительского дохода. Для расчета данного показателя прибыль от обычной деятельности увеличивают (уменьшают) на сальдо чрезвычайных доходов и расходов.

Формула

$ЧП=ВП-КР-УР+ОД-ОР+ВРД-ВРР-Н+ЧД-ЧР$

[11]

Где ВП – валовая прибыль;

КР – коммерческие расходы;

УР – управленческие расходы;

ОД – операционные доходы;

ОР – операционные расходы"

ВРД – внереализационные доходы;

ВРР – внереализационные расходы;

Н – налог на прибыль и аналогичные обязательные платежи;

ЧД – чрезвычайные доходы;

ЧР – чрезвычайные расходы;

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: Группа показателей прибыли и рентабельности – это то, что дает наиболее исчерпывающие данные об эффективности предприятия. Ведь одна из основных целей предпринимательской деятельности – это извлечение прибыли. Соответственно анализ этих показателей позволяет оценивать эффективность предприятия, а так же результаты его действия, целесообразность дальнейшего существования и так далее. Без анализа этих категорий невозможно разработать, как долгосрочные стратегии развития, так и оперативные планы на короткий срок.

1. Анализ деятельность компании ОАО «АвтоВАЗ»
	1. Общая характеристика экономической деятельности организации

ОАО «АвтоВАЗ» — российская автомобилестроительная компания, крупнейший производитель легковых автомобилей в России и Восточной Европе. Контроль над компанией принадлежит альянсу Renault – Nissan и государственной корпорации «Ростех». Полное официальное название — Открытое акционерное общество «АвтоВАЗ». Это предприятие является одним из важнейших и крупнейших в Российской обрабатывающей промышленности [12].

Оно ведет свою историю с 1966 года. Основным партнером АвтоВАЗа на тот момент был итальянский концерн FIAT. Именно его разработки стали базовыми для российской автомобильной промышленности. Позже итальянская компания отказалась от сотрудничества, боясь конкуренции со стороны АвтоВАЗа, в результате чего было налажено взаимодействие с немецкой фирмой Porsche, и была создана новая ВАЗ 2108. В 2001 г. АвтоВАЗ подписал генеральное соглашение с корпорацией General Motors и Европейским банком реконструкции и развития о создании совместного предприятия по выпуску легковых автомобилей Chevrolet Niva [12]. Сейчас компания переживает глубокие преобразования, из-за сотрудничества с альянсом Renault – Nissan. Новые собственники пытаются заново вдохнуть жизнь в АвтоВАЗ, но как показал кризис 2015 года, это им удается плохо. Поэтому перед новым руководством были поставлены следующие цели [13]:

* Увеличение доли продаваемых автомобилей отечественного производства на внутреннем рынке, как в натуральном, так и денежном выражении
* Расширение продаж на внешних рынках, как стран СНГ, так и дальнего зарубежья.
* Cохранение и развитие национальных брендов в частности марки Lada

Достижение этих целей необходимо для того что бы организовать качественный и количественный прорыв в развитии модельного ряда автомобилей различного класса с обеспечением всех требований по качеству, безопасности, экологии на уровне мировых стандартов, обеспечить более высокую конкурентоспособность товара для того, что бы выйти из убыточной зоны и начать получать прибыль. Поэтому нужно тщательно проанализировать в первую очередь экономическую деятельность предприятия и провести анализ бухгалтерской отчетности.

Для выявления динамики развития компании и определения направления ее движения необходимо провести горизонтальный анализ. Он даст характеристику изменений статей бухгалтерского баланса за отчетный период или динамику их изменений за ряд отчетных периодов активов и пассивов предприятия, что даст последующие данные для расчетов различных видов и рентабельности компании ОАО «АвтоВАЗ».

Представленные в таблице 1 данные говорят от том, что на конец 2015 года по сравнению с началом 2014 г. имущество ОАО «АВТОВАЗ» увеличилось в 1,13 раза, в 2016 г валюта баланса сократилась на 4,8%., что говорит о том, что стоимость компании уменьшается, а предприятие испытывает серьезные трудности в своей деятельности и работает в убыток. А если учесть инфляцию, то положение фирмы окажется еще серьезней. Помимо прочего в деятельности компании есть и положительные моменты.

Таблица 1 – Сравнительный аналитический баланс ОАО «АВТОВАЗ» [13]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей баланса | 2014 г. % | 2015 г.% | 2016 г.% | Отклонение 2015/2014 | Отклонение2016/2015 |
| 1.Внеоборотные активы |  |   |   |  |   |
| 1.1 Результаты исследований | 3570 | 6873 | 12742 | 192,52% | 185,39% |
| 1.2 Основные средства | 71299 | 78874 | 85498 | 110,62% | 108,40% |
| 1.3 Долгосрочные фин.вложения | 10505 | 13997 | 12020 | 133,24% | 85,88% |
| 1.4 Прочие внеоборотные активы | 14954 | 13895 | 10683 | 92,92% | 76,88% |
| Итого по разделу 1 | 104578 | 118908 | 121060 | 113,70% | 101,81% |
| 2. Оборотные активы |  |  |  |  |  |
| 2.1 Запасы | 24846 | 15117 | 16833 | 60,84% | 111,35% |
| 2.2 Дебиторская задолженность | 15912 | 23903 | 16851 | 150,22% | 70,50% |
| 2.3 Краткосрочные фин. вложения | 69 | 1941 | 703 | 2813,04% | 36,22% |
| 2.4 Денежные средства | 2993 | 7746 | 3864 | 258,80% | 49,88% |
| Итого по разделу 2 | 45364 | 50256 | 40073 | 110,78% | 79,74% |
| Баланс | 149121 | 169254 | 161133 | 113,50% | 95,20% |
| 3. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ |  |  |  |  |  |
| 3.1 Уставный капитал | 11421 | 11421 | 11421 | 100,00% | 100,00% |
| 3.2 Переоценка оборотных активов | 28321 | 27971 | 27114 | 98,76% | 96,94% |
| 3.3 Добавочный кап-л | 15311 | 15311 | 15311 | 100,00% | 100,00% |
| 3.4 Нераспределенная прибыль | (29726) | (54877) | (97726) | 184,61% | 178,08% |
| Итого по разделу 3 | 25808 | (76) | (43309) | -0,29% | 56985,53% |
| 4. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | 78342 | 81969 | 91755 | 104,63% | 111,94% |
| 5. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА |  |  |  |  |  |
| 5.1 Займы и кредиты | 19537 | 35320 | 41485 | 180,79% | 117,45% |
| 5.2 Кредиторская задолженность | 22670 | 47807 | 67257 | 210,88% | 140,68% |
| Итого по разделу 5 | 45792 | 86888 | 112687 | 189,74% | 129,69% |
| Баланс | 149942 | 169254 | 161133 | 112,88% | 95,20% |

Основные средства так же росли на протяжении всех анализируемых периодов, в 110,6% в предыдущем и в 108,4% в базисном периоде. Так результаты исследований и разработок росли на протяжении всех рассматриваемых периодов на 92,5% в 2015 году и на 85,4% в 2016 году. Это говорит, что руководство компании активно смотрит в будущее и старается создавать инновационный и качественный продукт, что в долгосрочной перспективе позволит предприятию повысить конкурентоспособность выпускаемой продукции.

Из этого можно сделать вывод, что компания активно осваивает новое оборудование, которое впоследствии позволит фирме повысить производительность труда и повысить эффективность работы предприятия. В целом раздел внеоборотных активов вырос с 104578 тыс. руб. до 121060 тыс. руб. Или на 13,7% в прошедшем периоде и на 1,81% в базисном.

Оборотные активы показали разнонаправленную динамику. В 2015 на конец года они выросли на 10,8%, но в отчетном периоде сократились до 161133 тыс. руб. или на 20,7%, в совокупности с ростом кредиторской задолженности это приводит к серьезному снижению ликвидности предприятия. В частности, запасы в 2015 году сократились на 39,2%, до 15117 затем в отчетном периоде они немного выросли до 16833 тыс. руб. Это говорит об ускорении оборачиваемости запасов, а значит о более эффективном их использовании.

Статья капитал и резервы оказалась в отчетном периоде отрицательной, и уменьшалась на протяжении всех трех исследуемых периодов. В результате чего она уменьшилась на 69117 тыс. руб. Это связано с накопленными убытками, которые росли на 84,6% в 2015 году и на 78% в 2016 году. Из этого следует, что компания все сильнее зависит от заемного капитала, при этом он используется не эффективно, в результате чего предприятие находится на грани банкротства, так как фактически не располагает собственным имуществом. При этом долгосрочные обязательства выросли на 4,6% в предыдущем периоде и на 11,9% в отчетном. В то время как краткосрочные обязательства выросли 12,9% в 2015 году и уменьшились на 4,8% в отчетном периоде.

В итоге можно прийти к выводу, что динамика развития компании неутешительная. Несмотря на такие положительные моменты, как рост статей основных средств и результатов исследований и разработок, в целом, компания испытывает проблемы с платежеспособностью, и рентабельностью, и со временем положение только ухудшается.

Для того что бы выявить пути повышения эффективности предприятия необходимо провести вертикальный анализ. Он даст представление о структуре средств организации и источников их формирования. Преимущество вертикального анализа заключается в том, что в условиях инфляции относительные величины показателей бухгалтерского баланса на начало и конец года лучше поддаются сравнению, чем абсолютные величины этих показателей, особенно это актуально в условиях России, так как инфляция в стране достаточно высока и искажение горизонтального анализа может быть довольно существенно.

Для проведения такого анализа итог пассива и актива бухгалтерского баланса на начало, и конец отчетного периода принимают за базовый (100%). После этого рассчитывают процентную долю каждой балансовой статьи к общему итогу и делаются соответствующие выводы. Структура бухгалтерского баланса очень сильно зависит от сферы деятельности компании. Так, машиностроение – это капиталоемкая отрасль, поэтому величина внеоборотных активов будет существенна и анализируемая компания не исключение. Вертикальный анализ баланса ОАО «АВТОВАЗ» проведем по данным таблицы 2. В 2016 г. наибольший вес в структуре активов предприятия приходится на внеоборотные активы, доля которых увеличилась с 70,13% до 75,13%.

Таблица 2 - Вертикальный анализ баланса ОАО «АВТОВАЗ»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей баланса | 2014 г. % | 2015 г.% | 2016 г.% | Отклонение 2015/2014 | отклонение2016/2015 |
| 1.Внеоборотные активы |  |   |   |  |   |
| 1.1 Результаты исследований и разработок | 2,39% | 4,06% | 7,91% | 1,67% | 3,85% |
| 1.2 Основные средства | 47,81% | 46,60% | 53,06% | -1,21% | 6,46% |
| 1.3 Долгосрочные фин..вложения | 7,04% | 8,27% | 7,46% | 1,23% | -0,81% |
| 1.4 Прочие внеоборотные активы | 10,03% | 8,21% | 6,63% | -1,82% | -1,58% |
| Итого по разделу 1 | 70,13% | 70,25% | 75,13% | 0,12% | 4,88% |
| 2. Оборотные активы |  |  |  |  |  |
| 2.1 Запасы | 16,66% | 8,93% | 10,45% | -7,73% | 1,52% |
| 2.2 Дебиторская задолженность | 10,67% | 14,12% | 10,46% | 3,45% | -3,66% |
| 2.3 Краткосрочные фин. вложения | 0,05% | 1,15% | 0,44% | 1,10% | -0,71% |
| 2.4 Денежные средства | 2,01% | 4,58% | 2,40% | 2,57% | -2,18% |
| 2.5 Прочие оборотные активы | 0,09% | 0,06% | 0,00% | -0,03% | -0,06% |
| Итого по разделу 2 | 30,42% | 29,69% | 24,87% | -0,73% | -4,82% |
| Баланс | 100,00% | 100,00% | 100,00% |  |  |
| 3. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ |  |  |  |  |  |
| 3.1 Уставный капитал | 7,62% | 6,75% | 7,09% | -0,87% | 0,34% |
| 3.2 Переоценка оборотных активов | 18,89% | 16,53% | 16,83% | -2,36% | 0,30% |
| 3.3 Добавочный кап-л | 10,21% | 9,05% | 9,50% | -1,17% | 0,46% |
| 3.4 Нераспределенная прибыль | -19,82% | -32,42% | -60,65% | -12,6% | -28,23% |
| Итого по разделу 3 | 17,21% | -0,04% | -26,88% | -17,25% | -26,92% |
| 4. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА | 52,25% | 48,43% | 56,94% | -3,82% | 8,51% |
| 5. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА |  |  |  |  |  |
| 5.1 Займы и кредиты | 13,03% | 20,87% | 25,75% | 7,84% | 4,88% |
| 5.2 Кредиторская задолженность | 15,12% | 28,25% | 41,74% | 13,13% | 13,49% |
| Итого по разделу 5 | 30,54% | 51,34% | 69,93% | 20,80% | 18,60% |
| Баланс | 100,00% | 100,00% | 100,00% |  |  |

Наибольшая статья первого раздела – это основные средства. Так же росла доля результатов исследований и разработок, на которую к 2016 году приходилось 7,91% активов. Из этого следует, что предприятие активно вкладывается в новые технологии для разработки новых более конкурентоспособных моделей автомобилей. Статья долгосрочных финансовых вложений на протяжении всего периода показала разнонаправленную динамику и в целом не изменилась, составив на конец 2016 года 7,46%. Как видно из рисунка 1 на их долю приходится 53% активов, так как отрасль машиностроения достаточно капиталоёмкая и для производства качественной продукции требуется множество дорогого современного оборудования.

Рисунок 1− Структура активов

Оборотные активы в целом уменьшились с 30,4% в 2014 году до 24,9% от совокупных активов в 2016 году. Это негативная динамика говорит о возможном сокращении объемов производства. Значительный вес приходиться также на запасы доля которых уменьшилась с 16,7% до 10,45%. Это может быть вызвано, как и ускорением их оборачиваемости так и общим сокращением объемов производства. Денежные средства составляют всего лишь 2,4% от валюты баланса. Подобное значение в совокупности с ростом краткосрочной задолженности говорит о возможных проблемах платежеспособности предприятия. Компания не сможет погасить все свои срочные обязательства за счет собственных средств, это говорит о нестабильном положении компании в сфере платежеспособности.

Рисунок 2 − Структура пассивов

В 2016 г. наибольший удельный вес в структуре пассивов ОАО «АВТОВАЗ» приходился на краткосрочную кредиторскую задолженность, ее доля составляла 69,93%. Их доля неуклонно росла с 2014 года, данная тенденция негативно сказывается на работе предприятия тем более при условии, что доля оборотных средств в структуре активов наоборот уменьшается. В итоге финансовая устойчивость предприятия находится под угрозой.

Наибольший вес в структуре пассивов 2015 г. занимает накопленный убыток, который за три отчетных периодов утроился в структуре пассивов. Так в 2014 году он составил 19,82%, а в 15 году 60,7%. Если бы не стратегическая важность этого предприятия для российской экономики, то следовало бы поставить под сомнение целесообразность дальнейшую деятельность предприятия и признании его банкротом. Также следует отметить о достаточно большом удельном весе долгосрочных обязательств – 56,9%; в отчетном периоде.

* 1. Анализ финансовых показателей и рентабельности предприятия

Для того что бы составить наиболее полную картину и понять почему предприятие пришло к такому плачевному состоянию необходимо проанализировать отчет о финансовых результатах. Ведь одно из главных причин существования организации – это извлечение прибыли и рост капитализации компании. Соответственно анализ отчета о финансовых результатах может наиболее полно охарактеризовать конкурентоспособность предприятия и его эффективность. Это выражается в изменении его собственного капитала за отчетный период. Способность предприятия обеспечить неуклонный рост собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов. Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности. Для того, что бы наиболее полно охарактеризовать деятельность предприятия нужно провести горизонтальный и вертикальный анализ формы 2. В результате данные представлены в таблице, из которых следует, что в 2016 году выручка компании упала на 11% или на 20696 тыс. руб. это говорит о снижении спроса на выпускаемую продукцию и снижении эффективности производства и снижении рентабельности. При этом себестоимость продаж почти не изменилась, не смотря на снижение объемов производства. Так в базисном периоде себестоимость составила192349 тыс. руб., то в отчетном 187245 тыс. руб. Скорее всего это связано со снижением курса рубля, в результате чего импортируемые комплектующие значительно подорожали, а так же инфляцией и снижением эффективности производства. Так же возможно эти затраты связаны с освоением производства новых более конкурентоспособных моделей Lada Vesta и Lada X-Ray.

Таблица 3 – Анализ динамики и структуры финансовых результатов за 2015 –2016 гг. [13]

| Наименование показателя | Абсолютные величины, тыс. руб. | Относительные величины, % | Темп роста, % | Изменения |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2015 г. | 2016 г. | 2015 г. | 2016 г. | в тыс. руб. | в % |
| Выручка | 189370 | 168674 | 100% | 100,00% | 89,07% | -20696 | 0,00% |
| Себестоимость продаж | 192349 | 187245 | 101% | 111,01% | 97,35% | -5104 | 9,44% |
| Доходы от полученных субсидий | 12385 | 13263 | 6,54% | 7,86% | 107,09% | 878 | 1,32% |
| Валовая прибыль (убыток) | 9406 | (5308) | 5% | 3,15% | 56,43% | -4098 | -1,82% |
| Коммерческие расходы | (5472) | (4901) | 2,89% | 2,91% | 89,57% | -571 | 0,02% |
| Управленческие расходы | (9592) | (9639) | 5,07% | 5,71% | 100,49% | 47 | 0,65% |
| Прибыль (убыток) от продаж | (5658) | (9848) | 2,99% | 5,84% | 174,05% | 4190 | 2,85% |
| Проценты к уплате | (3195) | (6273) | 1,69% | 3,72% | 196,34% | 3078 | 2,03% |
| Прочие доходы | 1951 | 775 | 1,03% | 0,46% | 39,72% | -1176 | -0,57% |
| Прочие расходы | (20741) | (20807) | 10,9% | 12,34% | 100,32% | 66 | 1,38% |
| **Прибыль (убыток) до налогообложения** | (26499) | (34258) | 13,9% | 20,31% | 129,28% | 7759 | 6,32% |
| Текущий налог на прибыль | - | - |  |  |  |  |  |
| Чистая прибыль (убыток) | (25411) | (43233) | 13,4% | 25,63% | 170,13% | 17822 | 12,21% |

Валовый убыток в 2016 году составил 5308 тыс. руб. А с учетом коммерческих, управленческих и прочих расходов и выплат процентов по кредитам чистый убыток в 2015 году составил 25411тыс руб. И в 2016году этот показатель вырос на 70% и составил 43233тыс. руб.

Прибыль – это часть чистого дохода, созданного в процессе производства и реализованного в сфере обращения, которую непосредственно получают предприятия. Только после продажи продукции чистый доход получает форму прибыли. Количественно она представляет собой разность между выручкой (после уплаты налога на добавленную стоимость, акцизного налога и других отчислений из выручки в бюджетные и не бюджетные фонды) и полной себестоимостью реализованной продукции. Значит, чем больше предприятие реализует рентабельной продукции, тем больше получит прибыли, тем лучше его финансовое состояние [10]. Поэтому финансовые результаты деятельности следует изучать в тесной связи с использованием и реализацией продукции, а так же с ее рентабельностью.

Рентабельность в отличие от прибыли предприятия, показывающей эффект предпринимательской деятельности, характеризует эффективность этой деятельности - это относительная величина, выражающая прибыльность (доходность) предприятия [7]. Как было видно из бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах компания терпит убытки. Что бы наиболее полно оценить эффективность деятельности компании и масштабы проблем, надо провести анализ различных видов рентабельности, прибыли и факторов на них влияющие. Один из таких факторов – это себестоимость продаж. Как было видно из таблицы 2 эта статья в 2016 году была больше выручки от продаж на 11%. Что бы выявить резервы для ее снижения необходимо обраться к структуре издержек компании и сравнить со структурой выручки. Проведя анализ структуры выручки затрат по видам стало видно, что в 2015 году по всем показателям деятельности наблюдалась несущественная прибыль. Хотя стоит отметить, что себестоимость продаж автомобилей была выше, чем выручка. Но убыток покрывали субсидии в размере 12385 тыс. рублей. В результате чего продажа автомобилей принесла прибыль в 5772 тыс. руб. Остальные виды деятельности без поддержки приносили незначительную прибыль. Однако следует отметить, что рентабельность работ по сборке в рамках договора подряда составила 7,2%, что существенно выше остальных статей.

Таблица 4 – Структура выручки от продаж по видам деятельности. [13]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Продажа автомоби-лей | Работы по сборке в рамках договора подряда | Продажи разобран-ных серий | Прочее | Итого |
| 2015 | Выручка | 117275 | 42252 | 17578 | 12265 | 189370 |
| Доход от полученных субсидий | 12385 | - | - | - | 12385 |
| Себестоимость | (123888) | (39213) | (17271) | (11923) | (192295) |
| Валовая прибыль | 5772 | 3039 | 307 | 342 | 9460 |
| Рентабельность продукции | 4,92% | 7,19% | 1,75% | 2,79% | 5,00% |
| 2016 | Выручка | 91980 | 46662 | 18274 | 11758 | 168674 |
| Доход от полученных субсидий | 13232 | - | - | 31 | 13263 |
| Себестоимость  | (108635) | (46346) | (19848) | (12416) | (187245) |
| Валовая прибыль | (3423) | 317 | (1574) | (627) | (5308) |
| Рентабельность продукции | -3,72% | 0,68% | -8,61% | -5,33% | -3,15% |

 Но в 2016 году рецессия в российской экономике ослабила продажи автомобилей, а курс рубля сильно повысил издержки компании. Поэтому продажа автомобилей принесла компании убытки в 3423 тыс. руб. Остальные виды деятельности тоже пострадали. Так прибыль от работ по договору подряда упала с 3039 тыс. руб. до 317 тыс. руб. То есть десятикратный обвал, это критические убытки для предприятия. А остальные виды деятельности вообще ушли в минус. В частности, продажи разобранных серий показали убыток в размере 1574 тыс. руб., а также убыток от прочей деятельности составил 627 тыс. руб. В итоге мы видим огромные убытки компании за 2016 год в размере 5308 тыс. руб., что показывает нам кризисное состояние выручки от продаж компании. Также, в этом же году, видно снижение рентабельности по всем видам деятельности, кроме работ по сборке в рамках договора подряда, рост которой составил 0,68%. Общее снижение рентабельности составило 3,15%.

Рисунок 3 – Структура себестоимости продукции по видам затрат. [13]

Также следует рассмотреть структуру затрат по их видам. Из рисунка можно сделать вывод, что наибольшую долю в структуре расходов занимают материальные затраты, а именно 59%. Второй по значимости статьей является расходы на оплату труда в производстве. Расходы на заработную плату прочего персонала учитываются отдельно в статьях управленческих (4%) и коммерческих расходов (2%). Так же значимыми являются статьи расходов на амортизацию (5%), утилизационные сборы (3%), отчисления на социальные нужды (2%) и прочие расходы (9%).

После анализа факторов, непосредственно влияющих на прибыль, структуры выручки, расходов, финансовых результатов имеет смысл приступить к анализу рентабельности компании для того, чтобы окончательно составить полную картину о причинах, приведших компанию к предбанкротному состоянию, а также проанализировать эффект финансового рычага и другие показатели, представленные в таблице 5.

Таблица 5 – Анализ различных видов рентабельности ОАО «АвтоВАЗ»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Отчетный период | Предыдущий период | Изменение |
| Операционный убыток с учетом налогообложения | -48251,4 | -27967 | -20284,4 |
| Рентабельность инвестиций | -29,94% | -16,57% | -13,37% |
| Прибыль полученная от использования заемного капитала | -61218,70 | -27979,59 | -33239,11 |
| Наращение рентабельности собственного капитала за счет привлечения заемных средств | 129,77% | 33452,10% | -33322,33% |
| Рентабельность собственного капитала с учетом использования заемного капитала | 99,82% | 33435,53% | -33335,70% |
| Рентабельность совокупных активов | -26,83% | -15,06% | -11,77% |
| Оборотных активов | -107,89% | -50,56% | -57,32% |
| Оборачиваемость совокупных активов | 104,67% | 112,20% | -7,53% |
| Оборачиваемость оборотных активов | 420,92% | 376,81% | 44,11% |
| Фондорентабельность | -50,57% | -32,22% | -18,35% |

Как видно из таблицы, операционный убыток с учетом налогообложения определяющийся, как сумма чистой прибыли и уплаченных процентов, умноженных на единицу минус ставку налога, равнялся в отчетном периоде 48251 тыс. руб. Данный показатель отражает интересы кредиторов и характеризует платежеспособность предприятия. После чего был найден пункт рентабельности инвестиций, который считается, как операционный убыток, деленный на собственный капитал. В 2016 году по данным отчетности рентабельность инвестиций составила около -30%. Это говорит о крайне низкой эффективности использования активов предприятия. Убыток, полученный от заемного капитала, рассчитывается, как рентабельность инвестиций, умноженная на заемный капитал. Из-за отрицательного значения собственного капитала данный показатель превысил операционный убыток и составил 61218 тыс. руб. Наращение рентабельности собственного капитала так же характеризует эффект от привлечения заемных средств, а точнее их влияние на эффективность использования собственного капитала. В 2015 году этот показатель равнялся 33435%. Такая огромная цифра связана с тем, что собственный капитал организации из-за накопленного убытка был отрицательным и практически равен нулю. В результате даже незначительный прирост прибыли от дополнительно привлеченных средств существенно бы повышал рентабельность собственного капитала. Однако эффект наращения быстро снижался и стал отрицательным, когда фирма бы начала получать прибыль.

* 1. Оценка эффективности деятельности компании и анализ ее текущего положения

Согласно всем вышеизложенным данным положение компании находится в очень шатком состоянии. Испытывая серьезные проблемы с рентабельностью, накопленные убытки компании превысили ее собственный капитал, несмотря на государственную поддержку путем, как прямых субсидий, так и стимулирования спроса на автомобили и протекционистскую политику. Данная работа показала, что главные проблемы компании располагаются в сфере себестоимости продукции, как видно из структуры затрат связано это в первую очередь с деятельностью по продажам автомобилей, убытки от которой не покрывают даже государственные субсидии. Анализ структуры себестоимости показал, что расходы на материальные затраты составляют значительную часть от совокупных расходов.

Но на текущее положение компании наибольшее влияние оказывает ни столько высокая себестоимость, сколько низкая выручка. Две главные ее составляющие – это объем продаж и цена. Из-за внешних, независящих от компании факторов, объем продаж обвалился. Доходы населения упали, а кредиты из-за политики ЦБ и высокой инфляции стали труднодоступны. Это привело к тому, что чувствительность спроса по цене значительно выросла, а в результате обвала рубля и все той же инфляции издержки возросли. И что бы совсем не остаться без продаж компания вынуждена производить автомобили в убыток. Вероятнее всего такие проблемы, но куда меньшего масштаба, испытывают и другие компании работающие на российском рынке.

Несмотря на обилие проблем, в компании есть и положительные тенденции. Анализ структуры активов показал, что предприятие, несмотря на убытки, работает на долгосрочную перспективу и расширяет и обновляет производственные мощности, что выражается в росте статьи основных средств. А так же компания все активнее вкладывается в инновации. Следует отметить так же, что, несмотря на такой капиталоемкий и неповоротливый вид деятельности, оборачиваемость активов достаточно высока, что говорит о довольно эффективной организации производства.

1. Основные направления повышения эффективности деятельности компании
	1. Выявление резервов роста рентабельности и прибыли компании

Проведя общий анализ эффективности деятельности предприятия, выявив сильные и слабые стороны, теперь следует найти резервы роста прибыли и рентабельности компании, что бы выправить положение и спасти компанию от банкротства. Как мы выяснили, одна из основных причин убытков компании – это нестабильность внешней среды. Однако следует отметить, что в докризисном 2014 году, как показал анализ бухгалтерского баланса, компания уже имела существенный накопленный убыток. Это говорит о том, что проблемы компании заключаются не только в этом.

Так один из главных резервов роста рентабельности компании заключается в дополнительной государственной поддержке. Без нее в той ситуации, которой находится компания уже невозможно решить все свои проблемы, так как огромные накопленные убытки и ухудшение благосостояния населения не позволят компании самостоятельно решить свои проблемы. Следующая возможность для роста тоже является для компании внешним фактором. Это стабилизация макроэкономической конъектуры. Рано или поздно постепенно, адаптируясь к новой экономической реальности, российская экономика войдет в состояние стабильности и вслед за всей экономикой это произойдет и с рынком легковых автомобилей.

Но самый главный резерв для повышения прибыли – это рост доли рынка, как российского, так и зарубежного, тем более, благодаря курсу рубля «АвтоВАЗ» из-за высоких показателей локализации получил конкурентные преимущества по сравнению с иностранными компаниями. Однако пока «АвтоВАЗ» их не реализовал, так как запаса прочности и свободных ресурсов у организации почти не осталось в отличие от зарубежных фирм. Поэтому скорейшая адаптация к новым экономическим условиям затруднена, в результате чего конкуренты могут приспособиться даже быстрее, несмотря на то, что им для этого придется провести больше мероприятий и потратить больше ресурсов.

Также еще одним резервом роста может выступать сокращение излишних затрат на производстве, полная их оптимизация, что приведет к снижению себестоимости продукции. А в условиях снижения покупательской способности населения, потребительский спрос становится наиболее эластичным по цене. В этих условиях необходимо проводить стратегию снижения издержек, и снижения цены продажи автомобилей. В итоге следует отметить, что резервы для роста прибыли у «АвтоВАЗа» есть и сейчас перед компанией открываются большие перспективы, главное – это разработать стратегию развития, подходящую для новой экономической ситуации в стране.

3.2. Разработка мероприятий по повышению прибыли и рентабельности предприятия

 Выявив резервы для роста прибыли, необходимо их реализовать, что бы если не вывести компанию из убыточного состояния, то хотя бы повернуть тренд в сторону роста эффективности компании. Учитывая сложившуюся ситуацию в компании, следует предложить следующие мероприятия по повышению прибыли и рентабельности компании.

* Требование государственной поддержки в рамках программы импортозамещения. В частности, рост госзакупок автомобилей Lada.
* Расширение ассортимента выпускаемой продукции. Создание автомобилей более высокого класса, что бы диверсифицировать продажи и минимизировать риски
* Расширение географии продаж. Выход на другие развивающиеся и развитые иностранные рынки, воспользовавшись конкурентными преимуществами, полученными благодаря низкому курсу валюты.
* Агрессивные рекламные компании, которые должны повысить престижность бренда, который сейчас находится на низком уровне.
* Дальнейшее повышение локализации производства, необходимое для снижения доли закупаемых за рубежом комплектующих и соответственно снижения издержек.
* Эффективное управление запасами. Необходимо внедрить передовые западные технологии в сфере логистики, это приведет к снижению издержек производства.
* Провести общее сокращение издержек предприятия, оптимизировав затраты.

Данные мероприятия направлены на оптимизацию и повышения эффективности процесса производства, и в итоге к повышению прибыли и рентабельности компании ОАО «АвтоВАЗ». Компании необходимо новое руководство, которое задало бы верный курс для такого крупного промышленного предприятия. ОАО «АвтоВАЗ» имеет важное значения для Российской экономики, и для населения в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

 В данной курсовой работе были рассмотрены такие важные категории, как рентабельность и прибыль предприятия на примере автомобилестроительной компании ОАО «АвтоВАЗ». Так же были достигнуты цели работы, а именно были выработаны рекомендации по повышению прибыли и рентабельности анализируемой компании.

В ходе работы были даны определения прибыли. Это экономическая категория, которая отражает чистый доход предприятия, созданный в процессе предпринимательской деятельности, являющийся основным источником самофинансирования и дальнейшего развития. При этом прибыль – это положительный результат деятельности предприятия. Отрицательный результат его деятельности называется убытком. И так же проанализирована категория рентабельности. Ее главное отличие от прибыли предприятия, в том, что оно отражает эффект от предпринимательской деятельности, характеризует эффективность этой деятельности. Рентабельность – относительная величина, выражающая прибыльность (доходность) предприятия.

Рассматриваемые показатели косвенно зависят от множества факторов, но непосредственное значение имеют два фактора: выручка и расходы. Цена продукции зависит от спроса на продукции, то есть от качества и конкурентоспособности товара. А затраты могут как возрастать, так и снижаться в зависимости от объема потребляемых материальных или трудовых ресурсов, уровня техники, организации производства, цен на сырье и рабочую силу и т.д.

Мировой опыт показывает, что для эффективной деятельности предприятия необходим анализ разных видов прибыли и рентабельности, чтобы наиболее адекватно воспринимать текущую ситуацию. Поэтому рассмотренная тема имеет актуальный характер как, в общем, так и для компании ОАО «АвтоВАЗ» в частности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гелета, И.В. Экономика организаций / И.В Гелета, Е.С. Калинская. – М.: «Магистр», 2010. 203 – 206 с.

2. Грузинов, В.П. Экономика предприятия /В.П.Грузинов.- М.: Банки и биржи, 2015. – 535 с.

3. Донцова, Л.В., Анализ финансовой отчетности / Л.В. Донцова, Н.А Никифорова. – М.: Дело и сервис, 2015. – 336 с.

4. Кантор Е.Л., Маховикова Г.А. Экономика предприятия. СПб. : «Питер», 2009. 201-204 с.

5. Ковалев, В.В. Финансы предприятий: Учебник /В.В. Ковалев, В.В. Ковалев.- М.: ТК Велби, «Проспект», 2015. – 352 с.

6. Либерман, И.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности. Учебное пособие/И.А. Либерман.- М.: Издательство РИОР, 2015. – 159 с.

7. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами. / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова– М.: ЮНИТИ, 2015. – 257 с.

8. Табурчак П.П., Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Под ред. П.П. Табурчака, В.М. Тумина и М.С. Сапрыкина. - Ростов н / Д: Феникс, 2014. – 352 с.

9. Татарников Е.А. Экономика предприятия / Е.А. Татарников. М. : «Экзамен», 2007. 209 – 211 с.

10. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин.- М.:Инфра-М, 2015. – 176 с

11. Яковенко С.Н. Экономический анализ / С.Н. Яковенко. К.: Кубанский государственный университет. 2016. – 229 с.

12. История компании ОАО «АвтоВАЗ» URL: <http://www.history.vaz.ru>

13. Официальный сайт ОАО «АвтоВАЗ» URL: http//www.info.avtovaz.ru

14. Артемьев А. В. Оценка динамики и структуры финансовых результатов ОАО «АВТОВАЗ» // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2014. № 3. С. 7–10.

15. Иванов Д. Ю. Прикладная модель системы материального стимулирования (на примере предприятия специального машиностроения) // Проблемы управления. 2010. № 6. С. 33–37.

16. Кузнецов А. А. Роль управленческого учёта в стратегии управления предприятием // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2014. № 2 (17). С. 19–22

17. Петроченкова Д. С. Анализ процесса бюджетирования в системе планирования промышленного предприятия // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 1 (27). С. 149–156.

18. Курилов К. Ю. Хеджирование как способ повышения эффективности предприятий автомобилестроения // Карельский научный журнал. 2014. № 3. С. 62–69.

19. Михайлов Е. Е. Проблемы учетно- аналитического обеспечения дебиторской задолженности и возможные пути их решения // Актуальные проблемы экономики и права. 2014. № 1 (29). С. 173–180