

მცირე ბიზნესში ფინანსების მართვის თავისებურებებთან დაკავშირებული სასწავლო-საქმიანი პრაქტიკები

ბიორბი ცაავა - სტუ-ს სრული პროფესორი,
ეკონ. მეცნ. დოქტორი

ნათო ჩიკვილაძე - სტუ-ს ასოც. პროფესორი

წარმოდგენილი სასწავლო-საქმიანი სიტუაცია ამერიკული სახელმძღვანელო „ფინანსური მენეჯმენტი“-დან პრაქტიკული ჩვენების ასათვისებლად მეტად სასარგებლოა და, გარდა ამისა, წარმოდგენას იძლევა მცირე ბიზნესში ფინანსების მართვის თავისებურებების შესახებ.

ბიზნესმენი „X“ პლაკატების გაყიდვას გეგმავს ტურისტებისათვის ერთი ცალის – 3,5 დოლარად. მას შესაძლებლობა აქვს პლაკატები საბითუმო საწყობიდან შეიძინოს ცალი 2,1 დოლარად და გაუყიდავი პლაკატები სრულ ფასად დაუბრუნოს საწყობს. სამუშაო ფარდულის არენდა კვირაში 700 დოლარი უჯდება.

პასუხი უნდა გაეცეს შემდეგ კითხვებს:

1. როგორია რენტაბელობის ზღვარი?
2. როგორი გახდება რენტაბელობის ზღვარი, თუ საარენდო გადასახადი 1050 დოლარამდე გაიზრდება?
3. როგორი იქნება რენტაბელობის ზღვარი, თუ რეალიზაციის ფასი 3,5 დოლარიდან 3,85 დოლარამდე გაიზრდება?
4. როგორი იქნება რენტაბელობის ზღვარი, თუ პლაკატების შეძენის ფასი 2,1 დოლარიდან 2,38 დოლარამდე გაიზრდება?
5. რამდენი პლაკატი უნდა იქნას გაყიდული კვირაში 490 დოლარის ჯამური მოგების მისაღებად?
6. როგორ მოგებას უნდა ველოდოთ გაყიდვების სხვადასხვა დონეებისას?
7. ფინანსური სიმტკიცის როგორი მარაგი აქვს „X“-ის ბიზნესს კვირაში 490 დოლარის მოგების პირობებში?
8. თუ ბიზნესმენი დაგეგმავს გაყიდოს ორი სახის საქონელი: 400 ცალი ჩვეულებრივი პლაკატები (რეალიზაციის ფასი 3,5 დოლარი, შეძენის ფასი – 2,1 დოლარი) და 500 ცალი დიდი პლაკატები (რეალიზაციის ფასი 6 დოლარი, შეძენის ფასი 3,92 დოლარი), მაშინ რისი ტოლი იქნება თითოეული აღნიშნული საქონელის რენტაბელობის ზღვარი და მთლიანად საწარმოს რენტაბელობის საერთო ზღვარი?
9. რა უფრო უწყობს ხელს რენტაბელობის ზღვარის შემცირებას და ფინანსური სიმტკიცის მარაგის ამაღლებას: ვაჭრობა ერთი სახეობის პლაკატებით თუ ორით?

ამოხსნა:

1. რენტაბელობის ზღვ რის განსაზღვრისათვის გამოვიყენებთ უნივერსალურ განტოლებას:

$$\begin{aligned} \text{ამონაგები} + \text{ცვალებადი დანახარჯები} &= \\ &= \text{მუდმივი დანახარჯები} + \text{ნულოვანი მოგება.} \end{aligned}$$

აღნიშნული განტოლებიდან გამომდინარეობს, რომ:

ბიორბი სავა, ნატო რიკვილაძე

$$\begin{array}{cc} \text{საქონლის} & \text{საქონლის} \\ 3,5 \text{ დოლარი} \times \text{ზღვრული} - 2,1 \text{ დოლარი} \times \text{ზღვრული} = 700 \text{ დოლარი} + 0, \\ \text{რაოდენობა} & \text{რაოდენობა} \end{array}$$

და, ამრიგად,

$$\text{რენტაბელობის} = \frac{\text{მუდმივი დანახარჯები}}{\text{ზღვარი}} = \frac{\text{რეალიზაციის ფასი} - \text{შეძენის ფასი}}{\text{ფასი}} =$$

$$= \frac{700 \text{ დოლარი}}{3,5 \text{ დოლარი} - 2,1 \text{ დოლარი}} = 500$$

იმისათვის, რომ საკუთარი ვაჭრობა უზარალო იყოს, ბიზნესმენმა 500 პლაკატი უნდა გაყიდოს და აქედან მიიღოს შემოსავალი:

$$3,5 \text{ დოლარი} \times 500 = 1750 \text{ დოლარი}$$

(ანუ რენტაბელობის ზღვარი 1750 დოლარის ტოლია).

ამავე ამოცანის მთლიანი მარჟის კოეფიციენტის მეშვეობით გაანგარიშებისას შეიძლება რენტაბელობის ზღვარი ჯერ ფულად, შემდეგ კი – ნატურალურ გამოხატულებაშიც მივიღოთ:

მაჩვენებელი	დოლარებში	პროცენტებში	ერთეულის წილებში
რეალიზაციის ფასი	3,5	100	1
ცვალებადი დანახარჯები			
საქონლის ერთეულზე (შეძენის ფასი)	2,1	60	0,6
მთლიანი მარჟა	1,4	40	0,4

$$\text{რენტაბელობის ზღვარი} = 700 \text{ დოლარი} : 0,4 = 1750 \text{ დოლარი.}$$

დოლარებში

$$, (1750 : 3,5) = 500 , :$$

$$\frac{\text{მუდმივი დანახარჯები}}{\text{მთლიანი მარჟა}} = \frac{700 \text{ დოლარი}}{1,4 \text{ დოლარი}} = 500 \text{ პლაკატი}$$

საქონლის ერთეულზე

2. თუ საარენდო გადასახადი კვირაში 1050 დოლარამდე (ანუ 50%-ით გაიზრდება, მაშინ საწარმოს უკვე კვირაში 750 პლატარის გაყიდვა მოუწევს, რომ ყველა ხარჯები გადაფაროს: 1050 დოლარი : 1,4 დოლარი = 750 პლაკატი და აქედან მიიღოს 2625 დოლარის შემოსავალი, მანამ, სანამ მიიღება მოგება:

$$1050 \text{ დოლარი} : 0,4 = 2625 \text{ დოლარი.}$$

აღრიცხვა და აუდიტი

მუდმივი დანახარჯების 50%-ით გადიდება რენტაბელობის ზღვარი ასევე 50%-ით გაზარდა. ასეთი შესაბამისობა ყოველთვის არსებობს სხვა დანარჩენის ტოლი პირობებისას. მუდმივი დანახარჯების რამდენიმე პროცენტით შემცირებისას იმდენივე პროცენტით შემცირდება რენტაბელობის ზღვარიც.

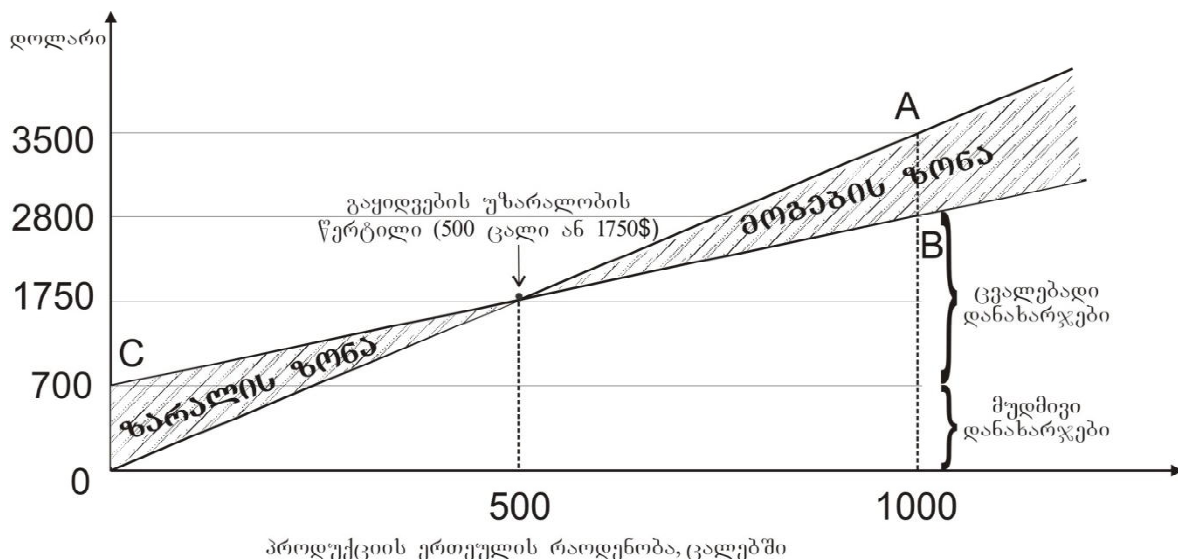
3. რეალიზაციის ფასის 3,5 დოლარიდან 3,85 დოლარამდე გადიდებისას მთლიანი მარჟა საქონლის ერთეულზე შეადგენს (3,85 დოლარი – 2,1 დოლარი) = 1,75 დოლარს, მთლიანი მარჟის კოეფიციენტი გაიზრდება (1,75 დოლარი : 3,85 დოლარი) = 0,4545-მდე. მაშინ უზარალობის მისაღწევად საჭირო იქნება გაიყიდოს (700 დოლარი : 1,75 დოლარი) = 400 ცალი პლაკატი თანხით (700 დოლარი : 0,4545) = 1540 დოლარ . აღნიშნული რენტაბელობის ახალ ზღვარს წარმოადგენს. რეალიზაციის ფასის ამაღლება ამცირებს რენტაბელობის ზღვარს, რადგანაც მთლიანი მარჟა საქონლის ერთეულზე იზრდება.

1. თუ კი ცვალებადი დანახარჯები 2,1 დოლარიდან 2,38 დოლარამდე გაიზრდება, მაშინ მთლიანი მარჟა საქონლის ერთეულზე (3,5 დოლარი – 2,38 დოლარი) = 1,12 დოლარს შეადგენს, ხოლო მთლიანი მარჟის კოეფიციენტი (1,12 დოლარი : 3,5 დოლარი) = 0,32-მდე შემცირდება. ამიტომ რენტაბელობის ზღვარი ამაღლება: (700 დოლარი : 1,12) = 625 პლაკატამდე და (700 დოლარი : 0,32) = 2187,5 დოლარამდე. ბუნებრივია, რომ შესყიდვის ფასის შემცირებისას ბიზნესმენს უზარალობის მისაღწევად ნაკლები პლაკატების გაყიდვა მოუწევდა, ვიდრე წინა ვარიანტში.

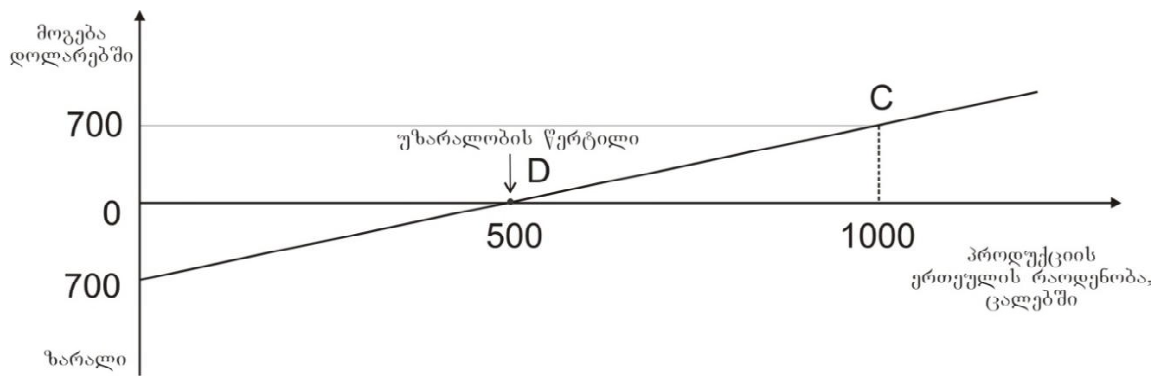
2. მოგების დასახული სიდიდის, მაგალითად, 790 დოლარის კვირაში მისაღებად მთლიანი მარჟის თანხა საკმარისი უნდა იყოს მუდმივი დანახარჯების და სასურველი მოგების სიდიდის გადასაფარავად. აღნიშნული ნიშნავს, რომ საჭირო იქნება გაიყიდოს (700 დოლარი + 790 დოლარი) : 1,4 დოლარზე = 850 პლაკატი, თანხაზე: (700 დოლარი + 490 დოლარი) : 0,4 = 2975 დოლარი.

ამრიგად, დასახული მოგების მომტანი გასაყიდი საქონელის რაოდენობის გასარკვევად საჭიროა - მუდმივი დანახარჯებისა და სასურველი მოგების ჯამი გაიყოს საქონელის ერთეულზე მოსულ მთლიან მარჟაზე, ხოლო ამონაგების შესაბამისი სიდიდის გასაანგარიშებლად საჭიროა - მუდმივი დანახარჯებისა და სასურველი მოგების ჯამი გაიყოს მთლიანი მარჟის კოეფიციენტზე.

3. მოგების თანხის განსაზღვრა, რომელიც ამონაგების სხვადასხვა დონეებს შეესაბამება, ძალიან ადვილია იგი გრაფიკული ხერხით გაკეთდეს (იხ. ნახ. 14.1 და 14.2).



ნახაზი 14.1.



ნახაზი 14.2.

3.1. დავისახოთ თვითნებურად გაყიდვების მოცულობა, ვთქვათ, 1000 ცალი. გავიანგარიშოთ ამონაგები, რომელიც შეესაბამება აღნიშნული გაყიდვების მოცულობას ($3,5 \text{ დოლარი} \times 1000 = 500 \text{ დოლარი}$) და შესაბამისი წერტილი A ავლნიშნოთ ნახ 1-ზე. შევაერთოთ წერტილი A კოორდინატების საწყისთან, მივიღებთ OA მონაკვეთს, რომელიც რეალიზაციიდან ამონაგებს შეესაბამება.

3.2. გავატაროთ მუდმივი დანახარჯების ხაზი C წერტილიდან (700 დოლარის დონე) პორიზონტალური ღერძის პარალელურად.

3.3. გავიანგარიშოთ ცვალებადი დანახარჯები გაყიდვების დასახული მოცულობისათვის: $(2,1 \text{ დოლარი} \times 1000) = 2100 \text{ დოლარი}$. ცვალებად დანახარჯებს დაემატოთ მუდმივი დანახარჯები და მივიღებთ ჯამურ დანახარჯებს: $(700 \text{ დოლარი} + 2100 \text{ დოლარი}) = 2800 \text{ დოლარი}$. აღვნიშნოთ წერტილი, რომელიც მთლიან დანახარჯებს შეესაბამება 1000 ცალის გაყიდვების მოცულობისათვის. შევაერთოთ წერტილი ჩ-სთან. მიღებული წრფე თავისთავად ჯამური დანახარჯების გრაფიკს წარმოადგენს.

3.4. რენტაბელობის ზღვარი განისაზღვრება რეალიზაციიდან ამონაგებისა და ჯამური დანახარჯების ტოლობის პირობიდან. აღნიშნული ტოლობის უზრუნველყოფა ხორციელდება ამონაგებისა და ჯამური დანახარჯების გრაფიკების გადაკვეთის წერტილში. ამ წერტილს შეესაბამება 500 ცალის გაყიდვის მოცულობა, რომელიც განტოლების მეშვეობით უკვე იყო მიღებული.

3.5. დაშტრიხული სამკუთხედი, რომელიც ამონაგების ხაზის და ჯამური დანახარჯების ხაზთან გადაკვეთის წერტილიდან მარცხნივ მდებარეობს, თავისთავად წარმოადგენს ზარალის ზონას: გაყიდვების ზღვრული მოცულობის (500 პლაკატის) მიღწევამდე ფირმა „X“ იმყოფება „მინუსებში“, გადაკვეთის წერტილის მარჯვნივ არსებული სამკუთხედი შეესაბამება მოგების ზონას: როგორც კი ფირმა „X“ ხუთასცალიან გასაღების ზღვარს გადალახავს, თითოეული ახალი გაყიდული პლაკატი მოგების მოტანას დაიწყებს.

3.6. ამონაგებისა და ჯამური დანახარჯების გრაფიკის პორიზონტალურ ღერძთან მიმართებაში ამადლებითა და დაწვეით შეიძლება ახალი პარამეტრების შესაბამისი რენტაბელობის ზღვრები განისაზღვროს. ამასთან, დანახარჯების სტრუქტურის ცვლილებების მანევრიც არის შესაძლებელი.

სხვა გრაფიკული მოდელებიც არსებობს, რომლებიც პრაქტიკაში გამოიყენება, კერძოდ, მენეჯერები თავიდან ცვალებადი დანახარჯების ხაზს აგებენ, ხოლო შემდეგ კი – მის პარალელურად მუდმივი დანახარჯების ხაზი გაყავთ. მაგრამ ამ შემთხვევაში გაყიდვების ცვლილების დონეზე დანახარჯების ზემოქმედების დანახვის შესაძლებლობა ი ევა. ასევე შესაძლებელია გრაფიკის აგება, რომელშიც პორიზონტალურ ღერძ (საქონ ღის ერთეულის რაოდენობა) ემთხვევა უზარალობის წერტილს

(ნახ. 2). უზარალობის წერტილი (D) წარმოიშობა ხაზების გადაკვეთისას, რომელიც გაყიდვების დასახული ფიზიკური მოცულობისას დაგეგმილ მოგების წერტილსა (C) და მუდმივი დანახარჯების წერტილს (E), პორიზონტალურ ღერძთან (უზარალობის ხაზთან) აერთიანებს.

4. ფინანსური სიმტკიცის მარაგი გეიწვენებს, თუ ბიზნესს ზარალის მიღების დაწყებამდე ამონაგების როგორი შესაძლო დაცემის ატანა შეუძლია. ფინანსური სიმტკიცის დიდი მარაგი

ალრიცხვა და აუდიტი

ემსახურება „ბალიშად“, მცირე კი – გამარფროთხილებლად. ფინანსური სიმტკიცის მარაგის პროცენტული გამოხატვა ფინანსურ მენეჯმენტში ბიზნეს-გეგმის რისკის ხარისხის შეფასებისათვის გამოიყენება. რამდენად დაბალია აღნიშნული პროცენტი, იმდენად მაღალია რისკი. „X“-თვის:

$$\begin{aligned} \frac{\text{ფინანსური}}{\text{სიმტკიცის}} &= \frac{\text{გაყიდვების}}{\text{მოსალოდნელი}} - \frac{\text{რენტაბელობის}}{\text{ზღვარი, ცალეზში}} = \\ \text{მარაგი, ცალეზში} & \text{ მოცულობა, ცალეზში} \\ &= 850 \text{ პლაკატს} - 500 \text{ პლაკატი} = 350 \text{ პლაკატს}; \end{aligned}$$

ფინანსური

$$\begin{aligned} \text{სიმტკიცის} &= 3,5 \text{ დოლარი} \times 350 = 1225 \text{ დოლარს,} \\ \text{მარაგი, დოლარეზში} & \end{aligned}$$

ფინანსური

$$\begin{aligned} \text{სიმტკიცის} &= 1225 \text{ დოლარი} : 2975 \text{ დოლარი} \times 100 = 41\% \\ \text{მარაგი, \%} & \end{aligned}$$

$$\text{და ზუსტად ასევე} - 350 \text{ პლაკატი} : 850 \text{ პლაკატზე} \times 100 = 41\%$$

ფირმის გაყიდვების მოცულობა შეიძლება 350 ერთეულით შემცირდეს და ამონაგები შეიძლება 41%-მდე დაეცეს, მაგრამ ბიზნესი ჯერჯერობით ზარალის მომტანი არ იქნება.

5. არასასურველმა ასორტიმენტულმა სტრუქტურამ შეიძლება ბიზნესის შედეგებზე დამლუპველი ზემოქმედება მოახდინოს და მასთან დაკავშირებული რისკი გაზარდოს. ასორტიმენტული სტრუქტურის შეფასების უმთავრეს, მაგრამ არა ერთადერთ კრიტერიუმს ემსახურება მთლიანი მარჟის კოეფიციენტი. აღნიშნული კოეფიციენტის დაბალ მნიშვნელობას თან ახლავს უმნიშვნელო მოგება და ზარალიც კი. ორი სახეობის პლაკატების გაყიდვისას ფირმა „X“ ექნება:

გაანგარიშებები გვიჩვენებენ, რომ რენტაბელობის ზღვარი მთლიანად საწარმოსი 1927 დოლარს შეადგენს. იგი მიიღება 175 ჩვეულებრივი პლაკატებისა და 219 დიდი პლაკატების გაყიდვიდან:

$$(3,5 \text{ დოლარი} \times 175) + (6 \text{ დოლარი} \times 219) = 1227 \text{ დოლარს.}$$

პრაქტიკაში ასორტიმენტის ცალკეული საქონელის რენტაბელობის ზღვარის განსაზღვრის სხვა მეთოდებიც არსებობს, რომლებიც მთავარი პრობლემის გადაწყვეტის ხერხით განსხვავდება, როგორიცაა: როგორ შეიძლება საწარმოს მუდმივი დანახარჯების კონკრეტულ საქონლებზე „მიმოფანტვა“? შესაძლებელია, მაგალითად, მუდმივი დანახარჯები მთლიანი საწარმოს დანახარჯების სტრუქტურაში მოცემულ საქონელზე ცვალებადი დანახარჯების ხვედრითი წონის პროპორციულად იქნას განაწილებული. მაგრამ ერთ-ერთ ყველაზე უფრო გავრცელებულს და ზუსტ ხერხს წარმოადგენს მუდმივი დანახარჯების ამონაგების იმ წილების მიხედვით შეწონვა, რომელსაც საწარმოს ჯამურ ამონაგებში მოცემული საქონელი უზრუნველყოფს. ჩვენს შემთხვევაში დადგენილი ამონაგებისათვის თანხაში გაანგარიშება შეიძლება განხორციელდეს: $(3,5 \text{ დოლარი} \times 400) + (6 \text{ დოლარი} \times 500) = 3400 \text{ დოლარს, წინასწარ ვიანგარიშებთ რა, რომ ჩვეულებრივი პლაკატები ამ ამონაგების } 0,32 \text{ ნაწილს, ხოლო დიდები კი} - 0,68 \text{ ნაწილს მოიტანენ.}$

ჩვენი გაანგარიშებიდან გამომდინარეობს, რომ რენტაბელობის ზღვრის 1930 დოლარის ჯამური სიდიდე შეიძლება - 160 ჩვეულებრივი პლაკატებისა და 229 დიდი პლაკატების გაყიდვიდან იქნას ჩამოყალიბებული.

$$\text{შემოწმება: } (3,5 \text{ დოლარი} \times 160) + (6,0 \text{ დოლარი} \times 229) = 1930 \text{ დოლარს.}$$

6. ადრე უკვე იყო ნახვენები, რომ თუ საწარმო მხოლოდ ჩვეულებრივი პლაკატებით ვაჭრობდა, მაშინ საწარმოს რენტაბელობის ზღვარი 1750 დოლარის ტოლი იყო. ასეთი 400 პლაკატის გაყიდვით, ამონაგები სულ 1400 დოლარის ტოლი და მოგების ნაცვლად ზარალი იქნებოდა მიღებული. ორივე სახის პლაკატების გაყიდვით და 3400 დოლარის ამონაგების მიღებით საწარმოს რენტაბელობის ზღვარი 1900 დოლარამდე შემცირდება და ფინანსური სიმტკიცის მარაგი

ბიორები სავა, ნატო რიკვილაქე

მაჩვენებელი	ჩვეულებრივი პლაკატები	დიდი პლაკატები	ჯამი
რეალიზაციის ფასი საქონელის ერთეულზე, დოლარებში	3,5	6,0	
ცვალებადი დანახარჯები საქონელის ერთეულზე, დოლარებში	2,1	3,92	
მთლიანი მარჟა საქონელის ერთეულზე, დოლარებში	1,4	2,08	
გაყიდვების დაგეგმილი მოცულობა, ცალკეში	400	500	900
დადგენილი მთლიანი მარჟა, დოლარებში	560	1040	1600
საშუალო მთლიანი მარჟა საქონელის ერთეულზე, დოლარებში			$\frac{1600}{900} = 1.778$
რენტაბელობის ზღვარი საწარმოს, პირ.ერთ.			
რენტაბელობის ზღვარი ცალკეული საქონელის, ცალკეში	$394 \times \frac{400}{900} = 175$	$394 \times \frac{500}{900} = 219$	$\frac{700}{1.778} = 394$

(3400 დოლარს – 1930 დოლარი) = 1470 დოლარის ტოლი იქნება, რაც რეალიზაციიდან ამონაგების 43,3%-ს შეადგენს. მაგრამ თუ საწარმო გადაწყვეტს მხოლოდ ჩვეულებრივი პლაკატებით ვაჭრობას, მაშინ საწარმოს რენტაბელობის ზღვარი იქნება (700 დოლარი : 0,347) = 2017,2 დოლარს, და დიდი პლაკატებიდან ამონაგები (3000 დოლარი) მას ფინანსური სიმტკიცის 32,8%-ის მარაგით გადაფარავს. ყველა მონაცემები, ერთ-ერთი რომელიმე მათგანის ნაცვლად, ორივე სახეობის პლაკატებით ვაჭრობის უპირატესობაზე მიუთითებენ.

ალრიცხვა და აუდიტი

მაჩვენებელი	ჩვეულებრივი პლაკატები		დიდი პლაკატები		ჯამი	
	დოლარებში	ერთეულის წილი	დოლარებში	ერთეულის წილი	დოლარებში	ერთეულის წილი
ამონაგები რეალიზაციიდან	1400	1	3000	1	3400	1
ცვალებადი დანახარჯები	840	0,6	1960	0,653	2800	0,637
მთლიანი მარჟა	560	0,4	1040	0,347	1600	0,363
მუდმივი დანახარჯები	$700 \times 0,32 = 224$		$700 \times 0,68 = 476$		700	
საწარმოს რენტაბელობის ზღვარი, დოლარებში					$\frac{700}{0,363} = 1930$	
რენტაბელობის ზღვარი ცალკეული საქონელის, დოლარებში	$\frac{224}{0,4} = 560$		$\frac{476}{0,347} = 1370$			
რენტაბელობის ზღვარი ცალკეული საქონელის, ცალებში	$\frac{558}{3,5} = 160$	$\frac{1370}{6,0} = 229$				

უნდა გვახსოვდეს მნიშვნელოვანი წესი: თითოეული საქონელის მიხედვით ამონაგები პირდაპირ დანახარჯებს (ცვალებადი და პირდაპირი მუდმივები) უნდა აჭარბებდეს, მაშინ პირდაპირი დანახარჯების ზევით მიღებულ თითოეულ ლარს მთლიანად საწარმოს მუდმივი დანახარჯების გადაფარვაში საკუთარი წვლილი შეაქვს და მოგების გადიდების შესაძლებლობას იძლევა.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

1. Финансовый менеджмент: теория и практика - Учебник / Под ред. Е.С. Стояновой. – Москва: Изд-во «Перспектива», 1999. – 656 с.
2. ინგოროყვა ა., ცაავა გ. - ფინანსური მენეჯმენტი: თეორია, მეთოდები და პრაქტიკა (სახელმძღვანელო), ტომი II: საწარმოს ფინანსების მართვა. - თბილისი, გამომცემლობა „გრადი“, 2011. – 702 გვ.

**УЧЕБНО–ДЕЛОВОЙ ПРАКТИКУМ СВЯЗАННЫЙ
С ОСОБЕННОСТЯМИ УПРАВЛЕНИЯ
ФИНАНСАМИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

**გიორგი ცაავა - Проф., Доктор экон. наук
ნატო ჩიქვილადზე - Асоц. проф ГТУ**

Предложено по финансовому менеджменту чрезвычайно полезный учебно-деловой практикум, дающая представление об особенностях управления финансами в малом бизнесе.

Установлено запас финансовой прочности, показывающая какое возможное падение выручки может выдержать бизнес, прежде чем начнет нести убытки.

Сформулировано, что выручка по каждому из товаров должна превышать прямые затраты, тогда каждый лари, полученный сверх прямых затрат, вносит свою лепту в покрытие постоянных затрат всего предприятия и дает увеличение прибыли.

**TRAINING-WORKSHOP BUSINESS RELATED FEATURES
FINANCIAL MANAGEMENT IN SMALL BUSINESS**

**GIORGI TSAAVA - Prof., Dr. Economics
NATO CHIKVILADZE - Assoc. Prof. of GTU**

Proposed Financial management is an extremely useful educational business workshop, which gives an idea about the features of financial management in small business.

Established financial headroom, showing, how a possible drop in revenue can sustain the business before you start to incur losses.

Formulated that revenue for each of the products exceed the direct costs, then each GEL produced in excess of direct costs, contributes to cover the fixed costs of the enterprise and gives an increase in profits.