

**Курсовая работа на тему: Финансовая стратегия предприятия на примере
ООО «Агма»
СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	5
1.1. Понятие финансовой стратегии и ее задачи.....	5
1.2. Принципы и этапы разработки финансовой стратегии.....	7
1.3. Реализация финансовой стратегии предприятия и ее контроль	10
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АГМА» И ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ.....	15
2.1. Краткая организационно-правовая характеристика ООО «Агма»	15
2.2. Оценка финансового состояния предприятия ООО «Агма»	19
2.3. Мероприятия, направленные на совершенствование финансовой стратегии ООО «Агма»	26
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	32
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	36
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	39

ВВЕДЕНИЕ

Чтобы выжить в условиях рыночной экономики и не допустить банкротства предприятия, нужно хорошо знать, как управлять финансами, какой должна быть структура капитала по составу и источникам образования, какую долю должны занимать собственные средства, а какую — заемные. Следует знать и такие понятия рыночной экономики, как деловая активность, ликвидность, платеже- и кредитоспособность предприятия, порог рентабельности, запас финансовой устойчивости (зона безопасности), степень риска, эффект финансового рычага и др., а также методику их анализа.

Правильная оценка эффективности менеджмента предприятия позволяет активно воздействовать на текущее состояние и тенденции развития фирмы, отслеживать и корректировать неуправляемые явления и процессы, составлять прогнозы и планы развития фирмы и ее структурных подразделений.

Под эффективностью менеджмента следует понимать такое управление, которое обеспечит успешное функционирование и развитие каждого организационно-хозяйственного звена в этой отрасли. Актуальностью темы работы является и то, что эффективное управление финансовыми ресурсами организации, позволят руководству коллектива добиваться поставленных целей.

Проблемы финансов, денежного обращения, кредита чрезвычайно широки и многообразны, исследованиями в этой области занимается широкий круг специалистов. Вместе с тем совершенно недостаточно концептуальных и аналитических исследований, обобщающих факторы объективного характера.

Курсовая работа рассматривает тему: «Финансовая стратегия предприятия». Целью курсовой работы является- разработать финансовую стратегию предприятия и оценить экономическую эффективность.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты финансовой стратегии предприятия;
- описать организационную структуру предприятия;
- дать оценку финансового состояния анализируемого предприятия;

- выявить недостатки в системе управления финансами в организации ;
- разработать рекомендации, направленные на совершенствование системы управления финансами и оценить экономическую эффективность.

Предмет исследования- финансовая стратегия предприятия ООО «Агма».

Объект исследования- предприятие ООО «Агма».

Курсовая работа имеет следующую структуру: введение, две главы, заключение, список использованных источников и приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Понятие финансовой стратегии и ее задачи

Финансовая стратегия - это генеральный план действий предприятия, охватывающий формирование финансов и их планирование для обеспечения финансовой стабильности предприятия и развития всех основных направлений его финансовой деятельности и финансовых отношений. Это достигается путем формирования долгосрочных финансовых целей, выбора наиболее эффективных путей их достижения, адекватной корректировки направлений формирования и использования финансовых ресурсов при изменении условий внешней среды. Финансовую стратегию, чаще всего, относят к так называемым функциональным стратегиям предприятия, которые направлены на детализацию общекорпоративной стратегии предприятия (реализацию ее основных целей). Функциональные стратегии предприятия формируются, как правило, по основным видам его деятельности, соответственно определенными функциональными подразделениями. Задачами финансовой стратегии являются: эффективное использование финансовых ресурсов, осуществление мероприятий по обеспечению финансовой стойкости, табл.1.1.[7]

Таблица 1.1

Основные задачи финансовой стратегии

№ п/п	Основные задачи финансовой стратегии
1	определение способов успешного использования финансовых возможностей;
2	определение перспективных финансовых взаимоотношений предприятия с третьими лицами;
3	финансовое обеспечение операционной и инвестиционной деятельности
4	изучение экономических и финансовых возможностей вероятных конкурентов, разработка и осуществление мероприятий по обеспечению финансовой стойкости.

Финансовая стратегия, главной задачей которой, по сути, является достижение полной самоокупаемости и независимости предприятия, строится на определенных принципах организации и включает в себя следующее: финансовое планирование, централизация и формирование финансовых ресурсов, составление финансовой отчетности, финансовый анализ деятельности предприятия и его контроль, табл.1.2.

Таблица 1.2

Принципы финансовой стратегии предприятия

№ п/п	Принципы финансовой стратегии
1	текущее и перспективное финансовое планирование, определяющее на перспективу все поступления денежных средств предприятия и основные направления их расходования;
2	централизация финансовых ресурсов, обеспечивающую маневренность финансовыми ресурсами, их концентрацию на основных направлениях производственно-хозяйственной деятельности;
3	формирование финансовых резервов, обеспечивающих устойчивую работу предприятия в условиях возможных колебаний рыночной конъюнктуры;
4	безусловное выполнение финансовых обязательств перед партнерами;
5	разработка учетно-финансовой и амортизационной политики предприятия;
6	организация и ведение финансового учета предприятия и сегментов деятельности на основе действующих стандартов;
7	составление финансовой отчетности по предприятию и сегментам деятельности в соответствии с действующими нормами и правилами с соблюдением требований стандартов;
8	финансовый анализ деятельности предприятия и его сегментов (приоритетных хозяйственных и географических сегментов, прочих сегментов в составе нераспределенных статей);
9	финансовый контроль деятельности предприятия и всех его сегментов.

Охватывая все формы финансовой деятельности предприятия, а именно: оптимизацию основных и оборотных средств, формирование и распределение прибыли, денежные расчеты и инвестиционную политику, финансовая стратегия исследует объективные экономические закономерности рыночных отношений, разрабатывает формы и способы выживания и развития при новых условиях.

Финансовая стратегия включает в себя методы и практику формирования финансовых ресурсов, их планирование и обеспечение финансовой стойкости предприятия. Всесторонне учитывая финансовые возможности предприятий, объективно оценивая характер внешних и внутренних факторов, финансовая стратегия обеспечивает соответствие финансово-экономических возможностей предприятия условиям, сложившимся на рынке. Финансовая стратегия предусматривает определение долгосрочных целей финансовой деятельности и выбор наиболее эффективных способов их достижения. Цели финансовой стратегии должны подчиняться общей стратегии экономического развития и направляться на максимизацию прибыли и рыночной стоимости предприятия.

На основании финансовой стратегии определяется финансовая политика предприятия по следующим основным направлениям финансовой деятельности: налоговая политика; ценовая политика; амортизационная политика; дивидендная политика; инвестиционная политика. [36]

1.2. Принципы и этапы разработки финансовой стратегии

В основе разработки финансовой стратегии предприятия лежат принципы - системы стратегического управления. К числу основных из этих принципов, обеспечивающих подготовку и принятие стратегических финансовых решений в процессе разработки финансовой стратегии предприятия, относятся следующие, табл.1.3.

Таблица 1.3

Классификация принципов разработки финансовой стратегии

№ п/п	принципы	характеристика
1	Рассмотрение предприятия как открытой социально-экономической системы, способной к самоорганизации	Этот принцип стратегического управления состоит в том, что при разработке финансовой стратегии предприятие рассматривается как определенная система, полностью открытая для активного взаимодействия с факторами внешней среды. Открытость предприятия как социально-экономической системы и его способность к самоорганизации позволяют обеспечивать качественно иной уровень формирования его финансовой стратегии.

2	Учет базовых стратегий операционной деятельности предприятия	Финансовая стратегия должна быть согласована со стратегическими целями и направлениями операционной деятельности предприятия. Финансовая стратегия сама оказывает существенное влияние на формирование стратегического развития операционной деятельности предприятия.
3	Преимущественная ориентация на предпринимательский стиль стратегического управления финансовой деятельностью	Основу предпринимательского стиля стратегического финансового управления составляет активный поиск эффективных управленческих решений по всем направлениям и формам финансовой деятельности. Этот стиль финансового управления связан с постоянной трансформацией направлений, форм и методов осуществления финансовой деятельности на всем пути к достижению поставленных стратегических целей с учетом изменяющихся факторов внешней среды.
4	Выделение доминантных сфер стратегического финансового развития	Этот принцип позволяет обеспечить идентификацию приоритетных направлений финансовой деятельности предприятия, обеспечивающих успешную реализацию ее главной целевой функции - возрастания рыночной стоимости предприятия в долгосрочной перспективе. Основные доминантные сферы: стратегия формирования финансовых ресурсов, стратегия распределения финансовых ресурсов, стратегия повышения финансовой безопасности предприятия, стратегия повышения качества управления финансовой деятельностью предприятия.
5	Обеспечение гибкости финансовой стратегии	Будущему развитию финансовой деятельности предприятия всегда свойственна значительная неопределенность. Поэтому практически невозможно сохранить в неизменном виде разработанную финансовую стратегию предприятия на всех стадиях процесса ее реализации. Основой альтернативных стратегических действий финансовых менеджеров в таких условиях выступает высокий уровень гибкости разработанной финансовой стратегии.
6	Обеспечение альтернативности стратегического финансового выбора	В основе стратегических финансовых решений должен лежать активный поиск альтернативных вариантов направлений, форм и методов осуществления финансовой деятельности, выбор наилучших из них, построение на этой основе общей финансовой стратегии и формирование механизмов эффективной ее реализации.
7	Обеспечение использования результатов технологического прогресса	Формируя финансовую стратегию, следует иметь в виду, что финансовая деятельность является главным механизмом обеспечения внедрения технологических нововведений, обеспечивающих рост конкурентной позиции предприятия на рынке.
8	Учет уровня финансового риска в процессе принятия стратегических финансовых решений	Практически все основные финансовые решения, принимаемые в процессе формирования финансовой стратегии, в той или иной степени изменяют уровень финансового риска. В первую очередь, это связано с выбором направлений и форм финансовой деятельности, формированием финансовых ресурсов, внедрением новых организационных структур управления финансовой деятельностью.
9	Ориентация на профессиональный аппарат финансовых менеджеров в процессе реализации финансовой стратегии	Какие бы специалисты не привлекались к разработке отдельных параметров финансовой стратегии предприятия, ее реализацию должны обеспечивать подготовленные специалисты - финансовые менеджеры.

Разработка основных элементов стратегического набора в сфере финансовой деятельности предприятия базируется на результатах стратегического финансового анализа.

Конечным продуктом стратегического финансового анализа является модель стратегической финансовой позиции предприятия, которая всесторонне и комплексно характеризует предпосылки и возможности его финансового развития в разрезе каждой из стратегических доминантных сфер финансовой деятельности.

Процесс разработки финансовой стратегии представляет собой формирование совокупности целенаправленных управленческих решений, обеспечивающих подготовку, оценку и реализацию программы стратегического финансового развития предприятия.

Этот процесс осуществляется на предприятии по следующим основным этапам:

- 1) Определение общего периода формирования финансовой стратегии.
- 2) Исследование факторов внешней финансовой среды.
- 3) Исследование факторов внутренней финансовой среды
- 4) Оценка сильных и слабых сторон предприятия, определяющих особенности его финансовой деятельности.
- 5) Формирование стратегических целей финансовой деятельности предприятия.
- 6) Разработка целевых стратегических нормативов финансовой деятельности.
- 7) Принятие основных стратегических финансовых решений.
- 8) Оценка разработанной финансовой стратегии.

Изложенная последовательность основных этапов процесса разработки финансовой стратегии предприятия может быть уточнена и детализирована с учетом особенностей финансовой деятельности предприятия и уровня стратегического мышления его финансовых менеджеров.

1.3.Реализация финансовой стратегии предприятия и ее контроль

Основной задачей процесса реализации финансовой стратегии является создание на предприятии необходимых предпосылок для осуществления предусматриваемой финансовой поддержки его базовой корпоративной стратегии и успешного достижения конечных стратегических целей его финансового развития. Существует несколько основных методов реализации финансовой стратегии, табл.1.4.

Таблица 1.4

Методы реализации финансовой стратегии

№ п/п	методы
1	метод долгосрочного финансового планирования
2	метод стратегического финансового планирования
3	метод управления стратегическими позициями
4	метод управления по слабым сигналам
5	метод управления задачами

Первые два метода - методы долгосрочного финансового планирования и методы стратегического финансового планирования характеризуются как "система методов управления стратегическими возможностями предприятия", которые заранее predetermined предприятием и содержат результаты управленческих решений, отраженные в программе его стратегического финансового развития. Эти формы перспективного финансового планирования состоят в разработке прогноза основных показателей финансовой деятельности и финансового состояния предприятия на долгосрочный период.

Перспективный финансовый план по важнейшим направлениям финансовой деятельности предприятия составляется, как правило, на предстоящие три года, с разбивкой по отдельным годам прогнозируемого периода. Форма такого плана носит произвольный характер, но в нем должны получить отражение наиболее важные параметры финансового развития предприятия, определяемые целями его финансовой стратегии. К числу основных из таких параметров относятся:

прогнозируемая сумма активов предприятия (в целом, в т.ч. оборотных); прогнозируемая структура капитала (соотношение собственного и заемного капитала); прогнозируемый объем реального инвестирования предприятия; прогнозируемая сумма чистой прибыли предприятия и показатель рентабельности собственного капитала; прогнозируемая сумма чистого денежного потока предприятия; прогнозируемое соотношение распределения чистой прибыли предприятия на потребление и накопление (в соответствии с избранной дивидендной политикой предприятия); прогнозируемая сумма амортизационного потока.

Последние три метода, приведенные в табл. 1.4 - методы управления стратегическими позициями, метод управления по слабым сигналам и метод управления задачами, - характеризуются как "система методов управления реализацией стратегии в условиях реального времени ". Они представляют наибольший интерес для финансовых менеджеров, так как служат действенным инструментом отклика управленческих решений на неожиданные изменения факторов внешней финансовой среды. Рассмотрим содержание системы методов этой второй группы.

"Метод управления стратегическими позициями"- используется при относительно небольшом уровне непредсказуемых изменений условий внешней финансовой среды, диагностируемых на ранней стадии их возникновения. Сущность этого метода заключается в том, что при возникновении нестабильности формируется реализация финансовой стратегии по тем из первых трех доминантных сфер, для которых по результатам ранней диагностики создаются наилучшие возможности развития. По другим доминантным сферам финансовой стратегии, по которым возможности развития снижаются или возникают ранее не предсказанные угрозы, предприятие обеспечивает сохранение стратегических финансовых позиций на достигнутом к этому моменту уровне. При ином варианте небольших непредсказуемых изменений внешней финансовой среды, приоритетную реализацию получает другая (или другие) доминантная

сфера стратегического финансового развития предприятия. Пока уровень внешней нестабильности будет оставаться относительно невысоким и заблаговременной предсказываться по результатам ранней диагностики, управление стратегическими позициями будет усиливать возможности реализации главной финансовой стратегии предприятия в целом. Следует отметить, что метод управления стратегическими позициями может быть использован и на отдельных этапах предсказанных изменений внешней финансовой среды как дополняющий методы стратегического финансового планирования.

"Метод управления по слабым сигналам" -основан на том, что управленческие реакции на возникающие серьезные изменения внешней финансовой среды, диагностированные на раннем этапе их возникновения, интенсифицируются по мере нарастания этих информационных сигналов. Так, если на ранней стадии диагностики изменений внешней финансовой среды вырисовывается проблема, несущая угрозу реализации целей финансовой стратегии, но информация об этом еще не идентифицирована в полном объеме, ответные стратегические финансовые решения будут носить общий превентивный характер, а затем по мере нарастания информации они будут доведены до разработки и осуществления конкретных практических мер по снижению внешней финансовой уязвимости и удержанию достигнутой стратегической финансовой позиции предприятия. Аналогичным образом метод управления по слабым сигналам используется и при раннем диагностировании дополнительных возможностей реализации стратегических целей финансовой деятельности. Этот метод позволяет достаточно гибко управлять реализацией финансовой стратегии, своевременно принимая необходимые управленческие решения, но для его использования на предприятии должен функционировать эффективный мониторинг внешней финансовой среды, достаточно чувствительный для улавливания предупреждающей информации ("слабых сигналов").

"Метод управления задачами (или "метод управления на основе ранжирования стратегических задач")- используется при возникновении непредсказуемых неожиданных изменений внешней финансовой среды. Скорость их возникновения обычно настолько велика, что предприятие вынуждено использовать чрезвычайные меры по обеспечению реализации своей финансовой стратегии. К таким мерам относятся: создание антикризисных управленческих групп с делегированием им расширенных полномочий по осуществлению финансового управления; установление расширенного наблюдения за происходящими изменениями условий внешней финансовой среды; привлечение необходимых консультантов и т.п. [29]

Содержание метода управления задачами состоит в использовании следующих основных управленческих алгоритмов действий: по результатам наблюдения за происходящими неожиданными изменениями условий внешней финансовой среды определяется общий комплекс стратегических задач, требующих реализации как управленческий отклик на возникающие проблемы; все сформулированные задачи, связанные с реализацией финансовой стратегии предприятия, делятся на ряд групп по степени их важности и срочности; наиболее важные и срочные задачи передаются для более глубокого изучения и принятия оперативных управленческих решений специально созданным чрезвычайным управленческим группам (или специализированным финансовым подразделениям, при наличии в них высококвалифицированных менеджеров); контроль за принятием оперативных управленческих решений, обеспечивающих реализацию стратегических целей финансового развития, возлагается на финансовых менеджеров высшего звена управления предприятием; состав стратегических задач, требующих немедленного реагирования, уточняется по мере поступления дополнительной информации о характере неожиданных изменений внешней финансовой среды и анализа возможных их последствий для финансовой деятельности предприятия.

В системе основных функций стратегического финансового менеджмента важная роль принадлежит осуществлению контроля реализации разработанной финансовой стратегии. Стратегический финансовый контроль представляет собой организуемый предприятием процесс проверки исполнения и обеспечения реализации всех стратегических решений в области финансовой деятельности с целью реализации его эффективной финансовой стратегии. Стратегический финансовый контроль в наиболее полной его форме осуществляется на основе внедрения на предприятии эффективной комплексной управляющей системы, получившей название "контроллинг". Финансовый контроллинг представляет собой регуляторную управляющую систему, координирующую взаимосвязи между формированием информационной базы, финансовым анализом, финансовым планированием и внутренним финансовым контролем, обеспечивающую концентрацию контрольных действий на наиболее приоритетных направлениях финансовой деятельности предприятия, своевременное выявление отклонений фактических ее результатов от предусмотренных и принятие оперативных управленческих решений, направленных на ее нормализацию.

Построение системы финансового контроллинга на предприятии базируется на определенных принципах, основными из которых являются: направленность, многофункциональность, ориентированность, своевременность, гибкость, простота построения, экономичность, табл. 1.5(прил.1).

Использование рассмотренных выше методов и осуществление контроля, позволяет существенно повысить адаптивность и эффективность управления реализацией финансовой стратегии предприятия.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АГМА» И ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

2.1. Краткая организационно-правовая характеристика ООО «Агма»

ООО «Агма» - это коммерческая организация, организованная в форме Общества с ограниченной ответственностью, осуществляет свою деятельность на основании Гражданского Кодекса РФ, Налогового кодекса РФ, Федерального закона РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью», Устава предприятия и др. нормативно-правовых актов. Учетная политика предприятия формируется главным бухгалтером и утверждается руководителем организации на основании и в соответствии с ПБУ 1/98 "Учетная политика организации" и требованиями Налогового кодекса РФ.

Основным видом деятельности предприятия ООО «Агма» является реализация продуктов питания. В настоящий момент у организации ООО «Агма» имеется три магазина в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Средняя площадь каждого магазина составляет 350 кв. метров. В магазине нет самообслуживания, как это существует в крупных гипермаркетах и супермаркетах. Вся торговля осуществляется через прилавок. Целью ООО «Агма» является получение прибыли. Миссия предприятия ООО «Агма» - удовлетворение населения качественными продуктами питания. В настоящий момент ассортимент предприятия ООО «Агма» насчитывает 865 наименований товаров, табл.2.1.

Так, по данным табл.2.1. видно, что ассортимент включает в себя следующие группы товаров: консервы, бакалея, мясо и рыбные продукты, алкоголь и напитки, хлебобулочные и кондитерские изделия, табак, салаты, овощи, фрукты. Так, в течении анализируемого периода наблюдается увеличение ассортимента наименований товаров на 75 единиц. На такое увеличение повлияло расширение ассортимента практически по всем группам товаров. Хотя

произошло незначительное снижение по следующим группам товаров: хлеб и хлебобулочные, замороженные продукты, охлажденные мясо, птица.

Таблица 2.1

Ассортимент наименований товаров предприятия ООО «Агма» с 2010-2012 г.г.

Ассортимент товаров	2010 год, ед. наименований	2011 год, ед. наименований	2012 год, ед. наименований	Отклонение 2012 г. от 2010 г.	Коэффициент полноты ассортимента
Бакалея	122	131	142	+20	1,16
Консервы	56	43	67	+11	1,19
Чай, кофе, какао	67	73	71	+4	1,05
Молочные продукты	88	79	89	+1	1,01
Мясные продукты	14	11	12	-2	0,86
Рыбные продукты	22	19	24	+2	1,09
Охлажденные мясо, птица, рыба	34	32	29	-5	0,85
Замороженные продукты	71	48	69	-2	0,97
Овощи, фрукты, зелень, грибы	21	28	32	+11	1,52
Салаты, кулинарные изделия, сэндвичи	19	18	26	+7	1,26
Яйцо	4	3	4	-	1,0
Кондитерские изделия	43	38	51	+8	1,18
Хлебобулочные изделия и выпечка	22	23	19	-3	0,86
Безалкогольные напитки и соки	58	49	63	+5	1,08
Алкоголь	76	72	85	+9	1,12
Пиво и слабоалкогольные напитки	44	57	49	+5	1,11
Табак, табачные изделия и принадлежности	29	24	33	+4	1,14
итого	790	748	865	75	1,09

Важными показателями в деятельности предприятия являются показатели полноты ассортимента. Полнота ассортимента — это количество видов, разновидностей и наименований товаров в группе однородной продукции. Показатель полноты может быть действительным и базовым. Коэффициент полноты (K_n) — отношение действительного показателя к базовому. Чем выше полнота ассортимента, тем лучше удовлетворяются потребности покупателя. В данном случае в табл.2.1 коэффициент полноты рассчитывается отношением показателя 2012 г. к 2010 г. Так как произошло увеличение ассортимента, то

коэффициент полноты соответственно больше 1, и составил 1,09 по отношению к показателю 2010 г. По тем группам товаров, где произошло снижение ассортимента, коэффициент полноты меньше 1, это например, по хлебобулочным изделиям, замороженным продуктам, мясным и охлажденные мясо, птица.

Но в целом по предприятию наблюдается, что ассортимент расширился, что следует оценить положительно, так как это влияет на финансовые показатели деятельности организации. Наибольший удельный вес в общей структуре наименований товаров приходится на бакалейные изделия, их доля составляет 16,42%, табл.2.2(прил.2). По данным табл.2.2 также видно, что предприятие предлагает достаточно широкий ассортимент молочных продуктов, их насчитывается 89 наименований, а это более 10% от общего ассортимента. В пределах 10% насчитывает ассортимент следующих групп товаров: алкоголь, чай, кофе, какао, безалкогольные напитки, консервы. Небольшая доля в общей структуре ассортимента приходится на такие продукты как: яйцо, охлажденные мясо, птица, рыба; хлебобулочные изделия и выпечка; овощи, фрукты, зелень, грибы; салаты, кулинарные изделия, сэндвичи.

Организационная структура ООО «Агма» представлена на рис.2.1. Таким образом, рис.2.1. показывает, что все отделы подчиняются генеральному директору. В каждом отделе есть начальник, ему непосредственно подчиняются работники данного отдела. Генеральный директор организует всю работу предприятия и несет ответственность за его состояние и деятельность. Он обеспечивает выполнение утвержденных для предприятия планов и заданий, принимает меры по своевременному снабжению предприятий продовольственными товарами и средствами материально-технического снабжения. А также устанавливает для каждого материально ответственного лица лимит товарных остатков; руководит внедрением прогрессивных форм обслуживания; обеспечивает соблюдение работниками правил торговли; техники безопасности; санитарных требований. В обязанности генерального директора входит и рассмотрение жалоб и предложений, принятие мер по устранению

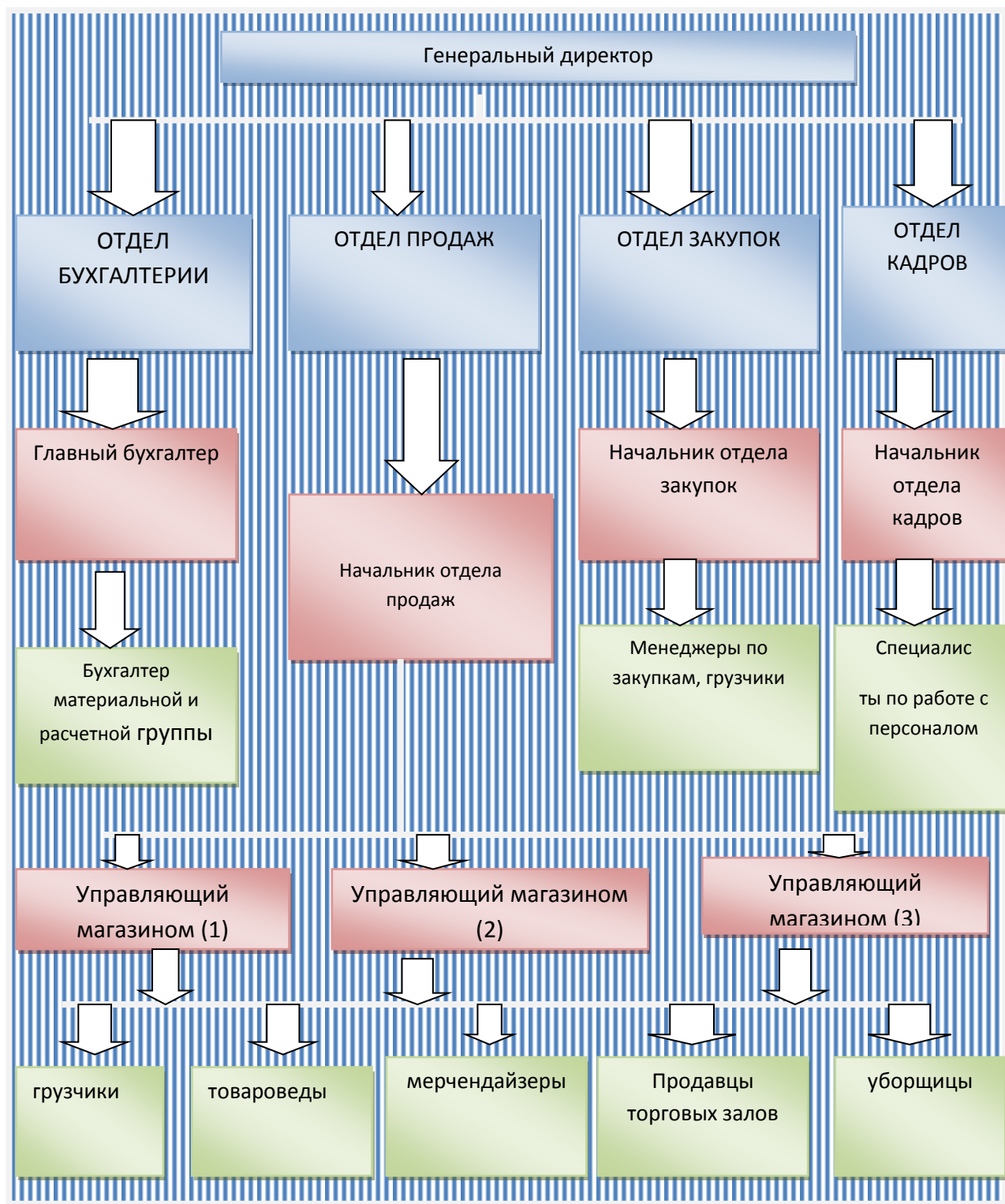


Рис.2.1. Организационная структура предприятия ООО «Агма».

отмеченных недостатков; обеспечить повышение квалификации работников предприятия общественного питания.

Другие руководящие работники (начальник отдела продаж, начальник отдела закупок, главный бухгалтер) руководствуются в своей деятельности утвержденным генеральным директором должностным инструкциям,

составленным на основе квалификационных характеристик должностей этих работников. Начальник отдела продаж является основным лицом, несущим ответственность за производственную деятельность предприятия и качество продукции, он является одновременно и помощником генерального директора.

В функции начальника отдела кадров входят подбор, расстановка кадров, координирование работы аппарата и отдельных исполнителей, руководство подведомственными предприятиями и подчиненными работниками, принятие решений по вопросам деятельности предприятия или организации, контроль и обеспечение выполнения этих решений возложены на генерального директора и его заместителя.

Работники предприятия ООО «Агма» руководствуются должностными инструкциями и инструкциями по охране труда.

2.2. Оценка финансового состояния предприятия ООО «Агма»

Одним из важнейших условий успешного управления предпринимательской фирмой является анализ ее финансового состояния, так как результаты в любой сфере предпринимательской деятельности зависят от наличия и эффективности использования финансовых ресурсов. В условиях рыночной экономики забота о финансах — это важный элемент деятельности любого предприятия. Для эффективного управления финансами фирмы необходимо систематически проводить финансовый анализ. Основное содержание его — комплексное системное изучение финансового состояния фирмы и факторов, влияющих на него, с целью прогнозирования уровня доходности капитала фирмы, выявления возможностей повышения эффективности ее функционирования. Способность фирмы успешно функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в постоянно изменяющейся внутренней и внешней предпринимательской среде, постоянно поддерживать свою платежеспособность и финансовую устойчивость свидетельствует о ее устойчивом финансовом состоянии и наоборот. [25]

Проведем анализ эффективности управления финансовыми ресурсами организации ООО «Агма». Для оценки финансовой составляющей предприятия используются различные виды информационных ресурсов компании ООО «Агма». А в частности: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, приложение к бухгалтерскому балансу, отчет о движении денежных средств, отчет о движении капитала и др. бухгалтерская и отчетная информация. Основные программные продукты для финансового анализа на предприятии ООО «Агма»: Audit Expert - программа для анализа финансового состояния предприятия на основании его финансовой отчетности; Project Expert- программа позволяет решать задачи разработки бизнес-плана, проектирования развития бизнеса, анализа инвестиционных проектов для предприятий любой отраслевой принадлежности и масштабов деятельности. Бухгалтерский учет на предприятии автоматизирован программой 1С. Бухгалтерия (версия 8.0).

Таким образом, на основании бухгалтерской отчетности ООО «Агма» с 2010-2012г.г., проведем анализ эффективности управления финансовыми ресурсами организации.

Сведения, которые приводятся в пассиве баланса, позволяют определить, какие изменения произошли в структуре собственного и заемного капитала, сколько привлечено в оборот предприятия долго- и краткосрочных заемных средств, т.е. пассив показывает, откуда взялись средства, кому обязано за них предприятие. Финансовое состояние предприятия и его устойчивость во многом зависят от того, какие средства оно имеет в своем распоряжении и куда они вложены. По степени принадлежности используемый капитал подразделяется на собственный (раздел I пассива) и заемный (разделы II и III пассива). По продолжительности использования различают капитал постоянный (перманентный) (I и II разделы пассива) и краткосрочный (III раздел пассива). Необходимость в собственном капитале обусловлена требованиями самофинансирования предприятий, он является основой их самостоятельности и независимости. Следовательно, от того, насколько оптимально соотношение

собственного и заемного капитала, во многом зависит финансовое положение предприятия.

Коэффициенты финансовой устойчивости характеризуют состояние и динамику финансовых ресурсов предприятий с точки зрения обеспечения ими производственного процесса и других сторон их деятельности. Коэффициенты оценки финансовой устойчивости предприятия – система показателей, характеризующих структуру используемого капитала предприятия с позиций степени финансовой стабильности его развития в предстоящем периоде. [19]

Произведем анализ финансовой устойчивости предприятия ООО «Агма». Для этого рассчитаем следующие коэффициенты финансовой устойчивости: коэффициент финансовой автономности предприятия, коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент финансового риска, коэффициент финансирования, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами:

- коэффициент капитализации (плечо финансового рычага)- показывает, сколько заемных средств организация привлекла на 1 руб., вложенных в активы собственных средств;

- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами- показывает, какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных источников;

- коэффициент финансовой независимости (автономности)- показывает удельный вес собственных средств в общей сумме источников финансирования;

- коэффициент финансирования- показывает, какая часть деятельности финансируется за счет собственных, а какая - за счет заемных средств;

- коэффициент финансовой устойчивости- показывает, какая часть актива финансируется за счет устойчивых источников. [17]

Формулы расчета показателей финансовой устойчивости представлены в прил.3. Оформим расчеты в табл.2.3 (прил.4).

Данные табл.2.3. показывают, что коэффициенты финансовой устойчивости предприятия с 2010-2012 г.г. находятся ниже нормативных значений, за

исключением коэффициента капитализации, который в 2010-2012 г.г. не превышал 1,5, а по состоянию на 2012 г. он составил 2,61, при этом наблюдается рост данного показателя на 1,14.

Коэффициент финансирования и коэффициент финансовой устойчивости согласно нормативным значениям, должны превышать значения 0,7 и 0,6, но на анализируемом предприятии они составили 0,38 и 0,27 соответственно, при этом наблюдается снижение данных коэффициентов.

Также наблюдается, что предприятие ООО «Агма» зависимо от внешних источников финансирования, так коэффициент финансовой независимости (автономности) ниже нормативного значения и составил на конец анализируемого периода 0,27. Все это свидетельствует о том, что компания ООО «Агма» не является финансово устойчивой и баланс предприятия в основном сформирован за счет заемных источников финансирования.

Деловая активность является комплексной и динамичной характеристикой предпринимательской деятельности и эффективности использования ресурсов. Уровни деловой активности конкретной организации отражают этапы ее жизнедеятельности (зарождение, развитие, подъем, спад, кризис, депрессия) и показывают степень адаптации к быстроменяющимся рыночным условиям, качество управления. Деловую активность можно охарактеризовать как мотивированный макро- и микроуровнем управления процесс устойчивой хозяйственной деятельности организаций, направленный на обеспечение ее положительной динамики, увеличение трудовой занятости и эффективное использование ресурсов в целях достижения рыночной конкурентоспособности. Деловая активность выражает эффективность использования материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов по всем бизнес-линиям деятельности и характеризует качество управления, возможности экономического роста и достаточность капитала организации. Основополагающее влияние на деловую активность хозяйствующих субъектов оказывают макроэкономические факторы, под воздействием которых может

формироваться либо благоприятный «предпринимательский климат», стимулирующий условия для активного поведения хозяйствующего субъекта, либо наоборот – предпосылки к свертыванию и затуханию деловой активности. Достаточно высокую значимость имеют также и факторы внутреннего характера, в принципе подконтрольные руководству организаций: совершенствование договорной работы, улучшения образования в области менеджмента, бизнеса и планирования, расширение возможностей получения информации в области маркетинга и др.

Рассчитаем коэффициенты деловой активности предприятия ООО «Агма» по следующим показателям: коэффициент общей оборачиваемости капитала (ресурсоотдача)- показывает эффективность использования имущества предприятия и отражает скорость оборота капитала организации за период; коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, который показывает расширение или снижение коммерческого кредита, предоставляемого организации; коэффициент оборачиваемости оборотных (мобильных) средств - показывает скорость оборота всех оборотных средств организации; коэффициент отдачи собственного капитала - показывает скорость оборота собственного капитала.

Формулы расчета показателей деловой активности представлены в прил.3. Оформим показатели деловой активности в виде табл.2.4(прил.4). Так, данные табл. 2.4 показывают, что в течении 2010-2012 гг. произошло замедление оборачиваемости капитала, так коэффициент ресурсоотдачи составил 17,71, а это на 8.67 больше, чем это было в 2010 г. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности увеличился на 9,32 и составил 24,49; наблюдается также замедление оборачиваемости собственного капитала, так по состоянию на 2012 г. коэффициент отдачи собственного капитала составил 63,99, тогда как в начале анализируемого периода он составлял 22,39, а это на 41,6 ниже по сравнению с показателем 2012 г.

В условиях рыночных отношений велика роль показателей рентабельности продукции, характеризующих уровень прибыльности (убыточности) её производства. Показатели рентабельности являются характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Они характеризуют относительную доходность предприятия, измеряемую в процентах к затратам средств или капитала с различных позиций.

Рассчитаем следующие показатели рентабельности: рентабельность продаж- показывает сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции; бухгалтерская рентабельность от обычной деятельности- показывает уровень прибыли до выплаты налога; чистая рентабельность- показывает, сколько чистой прибыли приходится на единицу продукции; рентабельность собственного капитала- показывает эффективность использования собственного капитала. Формулы расчетов показателей рентабельности представлены в прил.3. Результаты расчетов показателей представлены в табл.2.4 (прил.4).

По данным табл.2.4 видно, что показатели рентабельности в целом показывают рост. Так, рентабельность продаж и чистая рентабельность возросли на 2,74% и 2,69% соответственно. Показатель бухгалтерской рентабельности составил 7,75%, что также выше показателя 2010 г. на 2,77%. Несмотря на то, что рентабельность собственного капитала находится на достаточно высоком уровне, к концу анализируемого периода она снизилась на 138% и составила 696%, что следует оценить отрицательно.

Показатели рентабельности предприятия ООО «Агма» возросли в связи с ростом объемов продаж и показателей прибыли, табл.2.5(прил.4). Так, в частности выручка от продаж возросла на 5,5% и составила 19006 тыс. руб. Произошло увеличение себестоимости продаж, которая на конец анализируемого периода составила 15230 тыс. руб., а это на 3,17% выше по отношению к показателю 2010 г.(табл.2.5, прил.4). В связи с тем, что темпы роста затрат ниже, темпов роста товарооборота, наблюдается прирост по всем показателям прибыли. Так, в частности прибыль до налогообложения возросла на 64,14%, прибыль от

продаж и чистая прибыль увеличились примерно на такую же величину и составили на конец анализируемого периода 1476 тыс. руб. и 1392 тыс. руб. соответственно.

Положительным фактором в деятельности организации ООО «Агма» является и то, что на балансе предприятия отсутствует дебиторская задолженность (т.е. задолженность с покупателями, заказчиками и др. дебиторами). Несмотря на то, что баланс предприятия сформирован в основном за счет заемных источников финансирования, в течении 2010-2012 г.г. наблюдается снижение суммы заемных средств на 34,57%, в то же время произошло и снижение стоимости собственного капитала на 63,06%. На снижение общей стоимости капитала оказало влияние и снижение суммы запасов, которые составили 1062 тыс. руб., а это на 46,53% меньше по отношению к началу анализируемого периода. Снижение запасов торгового предприятия может привести к истощению ассортимента, а это вызовет снижение товарооборота, прибыли и рентабельности.

Таким образом, проведенный выше анализ показал, что в ООО «Агма» ежегодно наблюдается рост выручки и прибыли, соответственно возросли показатели рентабельности. Несмотря на это, предприятие является финансово зависимым, так как в основном капитал предприятия сформирован за счет заемных источников финансирования, коэффициенты финансовой устойчивости находятся на минимальных значениях. В течении 2010-2012 г.г. произошло снижение общей суммы капитала, в том числе снизились как собственные, так и заемные источники финансирования. Наблюдается ежегодное снижение стоимости запасов, так в частности по состоянию на 2012 г. запасы снизились практически на 50% по сравнению с тем же показателем 2010 г., что также является отрицательной динамикой.

Вывод: Проведенный анализ эффективности управления финансовыми ресурсами ООО «Агма» показал, что на предприятии ежегодно наблюдается рост выручки и прибыли, соответственно возросли и показатели рентабельности.

Несмотря на это, предприятие является финансово зависимым, так как в основном капитал предприятия сформирован за счет заемных источников финансирования, коэффициенты финансовой устойчивости находятся на минимальных значениях. Общая стоимость капитала предприятия за анализируемый период снизилась, при этом произошло снижение капитала как за счет снижения собственных, так и за счет снижения заемных источников финансирования. В активе баланса наблюдается снижение стоимости запасов на 50%, что является отрицательной динамикой, так как в последующем это может привести к истощению ассортимента предприятия.

В связи с этим необходимо рассмотреть мероприятия, направленные на повышение эффективности управления финансовыми ресурсами предприятия ООО «Агма».

2.3. Мероприятия, направленные на совершенствование финансовой стратегии ООО «Агма»

Проведенное выше исследование по предприятию ООО «Агма» позволяет сделать вывод, что в целом деятельность предприятия можно назвать успешной. Наблюдается рост показателей прибыльности и рентабельности, замечена динамика увеличения ассортимента реализуемой продукции. Но тем не менее имеется и ряд недостатков, а в частности: имеется кредиторская задолженность, причем капитал предприятия сформирован в большей степени за счет заемных источников финансирования, таким образом, предприятие является финансово зависимым. Наблюдается существенное снижение запасов, что также может привести к истощению ассортимента товаров.

Таким образом, для совершенствования финансовой стратегии на предприятии ООО «Агма» необходимо: снижать зависимость предприятия от внешних источников финансирования (т.е. снижать кредиторскую задолженность

и увеличивать долю собственных средств предприятия). Это может быть достигнуто за счет увеличения прибыли предприятия, которая может быть увеличена путем разработки различных маркетинговых стратегий: изменения ценовой политики, скидки и распродажи товара, расширения ассортимента товаров, активная рекламная деятельность, повышения качества обслуживания и другие факторы.

В данном случае на анализируемом предприятии целесообразно будет для повышения прибыльности, рентабельности и финансовой устойчивости предложить: направить финансовые ресурсы на расширение ассортимента товаров и его оптимизацию. Оптимальным ассортиментом называют такой ассортимент, в котором все товары сбалансированы по различным параметрам, и реализация которых приносит предприятию наибольшую прибыль. Разработка оптимального ассортимента и его планирование одно из самых главных направлений деятельности маркетинга каждого предприятия- это процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров в соответствии со спросом населения с целью его полного удовлетворения. Постоянное внимание руководителей фирм должно быть обращено на формирование оптимального ассортимента, как развивающегося во времени процесса установления такой номенклатуры товара, которая удовлетворила бы товарную структуру спроса населения.

Система разработки оптимального ассортимента включает следующие основные моменты: определение текущих и перспективных потребностей покупателей, анализ способов использования данной продукции и особенностей покупательского поведения на соответствующих рынках; оценка существующих аналогов конкурентов по тем же направлениям; решение вопросов: какие продукты следует добавить в ассортимент, а какие исключить из него из-за изменений в уровне конкурентоспособности; следует ли диверсифицировать продукцию за счет других направлений производства предприятия, выходящих за рамки его сложившегося профиля; рассмотрение предложений о создании новых продуктов, усовершенствование существующих, а также о новых способах и

областях применения товаров; разработка спецификаций новых или улучшенных продуктов в соответствии с требованиями покупателей; изучение возможностей производства новых или усовершенствованных продуктов, включая вопросы цен, себестоимости и рентабельности.

Согласно специфике предприятия ООО «Агма» для расширения ассортимента и приведения его к наиболее оптимальному, целесообразно включить в ассортимент товары первой необходимости, такие как –бытовая химия. Бытовая химия - это товары химического происхождения, которые предназначены для хозяйственных нужд. Чистящие средства и другая продукция бытовой химии представляет собой солидный список активной химической продукции, основным предназначением которой является эффективный уход за предметами интерьера, одеждой, посудой, автотранспортом и др., табл.2.6(прил.4).

Так, товары бытовой химии достаточно условно можно разделить на следующие группы: чистящие средства; моющие средства, в которые входят средства для мытья посуды; пятновыводящие средства (пятновыводители); стиральный порошок и аналогичные синтетические моющие средства; подсинивающие средства и подкрашивающие средства; дезинфицирующие средства; средства от крыс и мышей называемые родентициды; средства защиты от насекомых называемые инсектициды; средства для ухода за поверхностью, элементами и предметами интерьера; освежители воздуха; кондиционеры-ополаскиватели, отбеливатели, антистатика для белья; автокосметика; клеящие средства (клей); японская бытовая химия; лакокрасочные средства; прочие химические средства предназначенные для бытового использования.

Таким образом, рассмотрев ассортимент товаров импортного и отечественного производства, можно сделать вывод, что рынок бытовой химии достаточно разнообразен, поэтому в целях оптимизации финансовых ресурсов и расширения ассортимента предприятия ООО «Агма» будет рационально пополнить ассортимент самыми ходовыми товарами бытовой химии. В частности,

это товары, которые пользуются спросом у хозяек, а именно: чистящие и моющие средства, стиральные порошки, дезинфицирующие средства, мыло туалетное и хозяйственное, губки чистящие для мытья посуды, шампунь, освежители воздуха, табл.2.7(прил.4). В последующем компания ООО «Агма» может расширить предлагаемый ассортиментный перечень. Для того, чтобы компания «Агма» смогла пополнить ассортимент товаров бытовой химией, необходимо осуществить следующие действия:

1. Поиск оптовых продавцов бытовой химии;
2. Заключение договоров на поставку бытовой химии;
3. Установление розничной наценки на товар ;
4. Отпуск бытовой химии в розничную реализацию по магазинам компании ООО «Агма».

Для закупки товаров по оптовым ценам производителя, компания ООО «Агма» может использовать часть чистой прибыли. Так, в частности по состоянию на 2012 г. она составила 1392 тыс. руб.

Целесообразно применение к оптовой цене, установить надбавку на бытовую химию в размере 40% .

Таким образом, проведенный расчет в табл. 2.7 показывает, что предполагается первоначально закупить продукции по оптовой цене на сумму 181,0 тыс. руб. Если на данную продукцию применить торговую наценку в размере 40% и реализовать всю продукцию за определенный промежуток времени (предположим, что в таком количестве можно реализовать продукцию за квартал) , то сумма выручки составит $181 \text{ тыс. руб.} + 40\% = 253,4 \text{ тыс. руб.}$ Прибыль от продаж составит: $253,4 - 181 = 72,4 \text{ тыс. руб.}$ (за квартал). Таким образом, за год прибыль от продаж бытовой химии составит: $72,4 \text{ тыс. руб.} \times 4 \text{ квартала} = 289,6 \text{ тыс. руб.}$

Следовательно, увеличение ассортимента предприятия ООО «Агма» за счет пополнения товарами бытовой химии позволит компании увеличить прибыль от продаж в среднем на 289,6 тыс. руб. Таким образом, по состоянию на 2012 г.

прибыль от продаж составляла 1476 тыс. руб., т.е. в перспективе она составит $1476+289,6=1765,6$ тыс. руб., рис.2.2.



Рис. 2.2.Динамика прибыли от продаж предприятия ООО «Агма» до и после внедрения мероприятий.

Достаточно сложно прогнозировать увеличение товарооборота, так как это зависит от множества факторов, в том числе и от внешних условий деятельности организации. Т.е. данный расчет является прогнозным исходя из предполагаемых объемах продаж. В случае, если объемы продаж будут выше, чем планируется, то соответственно показатели прибыли от продаж и рентабельности будут иметь большие значения. А согласно проведенному планируемому объему реализации, рассчитаем показатель рентабельности продаж по формуле (2.1)

$$R_1 = \frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{выручка от продаж}} \times 100\% \quad (2.1)$$

Если известно, что выручка за квартал, за счет реализации бытовой химии составит 253,4 тыс. руб., за год соответственно она составит 1013,6 тыс. руб. По состоянию на 2012 г. выручка предприятия ООО «Агма» составила 19006 тыс. руб., то с учетом мероприятий она составит 20019,6 тыс. руб.

Рентабельность продаж в перспективе, с учетом мероприятий составит:

$(1765,6/20019,6) \times 100\% = 8,82\%$, т.е. произойдет увеличение показателя на 1,06% рис.2.3.

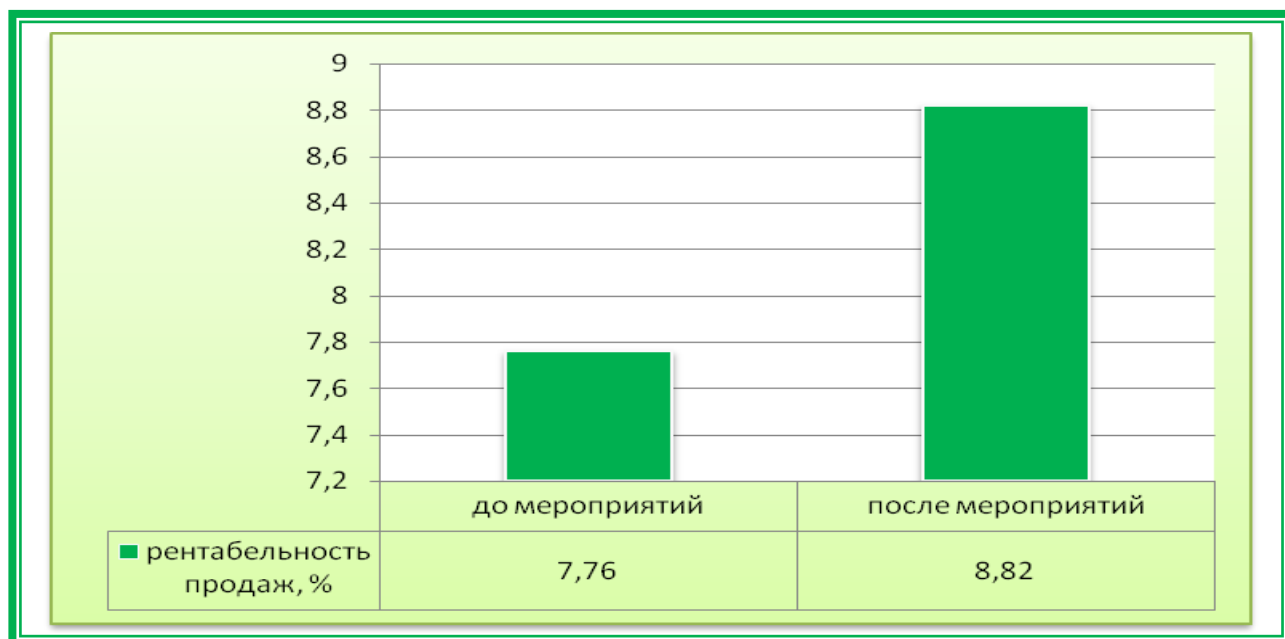


Рис.2.3.Экономическая эффективность предложенных мероприятий предприятия ООО «Агма».

Таким образом, за счет направления финансовых средств компании ООО «Агма» в расширение и оптимизацию товарного ассортимента, будет достигнута экономическая эффективность, которая выражается в увеличении товарооборота, прибыли от продаж и роста показателя рентабельности продаж, что является положительным фактором. Следовательно, данное мероприятие позволит компании улучшить свои финансовые показатели, быстрее рассчитаться с кредиторской задолженностью, повысить конкурентоспособность и выйти на новый уровень управленческого развития.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Объектом работы является предприятие ООО «Агма», которое осуществляет свою деятельность на основании ГК РФ, НК РФ, ФЗ РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью», Устава предприятия и др. нормативно-правовых актов. Основным видом деятельности предприятия является реализация продуктов питания. В настоящий момент ассортимент предприятия насчитывает 865 наименований товаров и включает в себя следующие группы товаров: консервы, бакалея, мясо и рыбные продукты, алкоголь и напитки, хлебобулочные и кондитерские изделия, табак, салаты, овощи, фрукты. У предприятия имеется три магазина в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Средняя площадь каждого магазина составляет 350 кв. метров. В магазине нет самообслуживания, как это существует в крупных гипермаркетах и супермаркетах. Вся торговля осуществляется через прилавок. Целью предприятия ООО «Агма» является получение прибыли. Миссия предприятия ООО «Агма» - удовлетворение населения качественными продуктами питания.

В составе годового бухгалтерского отчета предприятие ООО «Агма» представляет следующие формы, являющиеся информационной базой финансового анализа: форма №1 «Баланс предприятия»; форма №2 «Отчет о прибылях и убытках»; форма №3 «Отчет о движении капитала»; форма №4 «Отчет о движении денежных средств»; форма №5 «Приложение к бухгалтерскому балансу»; 6) «Пояснительная записка» с изложением основных факторов, повлиявших в отчетном году на итоговые результаты деятельности предприятия, с оценкой его финансового состояния.

В своей деятельности ООО «Агма» использует следующие программные продукты для финансового анализа: Audit Expert - программа для анализа финансового состояния предприятия на основании его финансовой отчетности; Project Expert- программа позволяет решать задачи разработки бизнес-плана, проектирования развития бизнеса, анализа инвестиционных проектов для

предприятий любой отраслевой принадлежности и масштабов деятельности. Бухгалтерский учет на предприятии автоматизирован программой: 1С:Бухгалтерия (версия 8.0).

Проведенный анализ эффективности управления финансовыми ресурсами ООО «Агма» показал, что на предприятии ежегодно наблюдается рост выручки и прибыли, соответственно возросли и показатели рентабельности. Несмотря на это, предприятие является финансово зависимым, так как в основном капитал предприятия сформирован за счет заемных источников финансирования, коэффициенты финансовой устойчивости находятся на минимальных значениях. Общая стоимость капитала предприятия за анализируемый период снизилась, при этом произошло снижение капитала как за счет снижения собственных, так и за счет снижения заемных источников финансирования. В активе баланса наблюдается снижение стоимости запасов на 50%, что является отрицательной динамикой, так как в последующем это может привести к истощению ассортимента предприятия.

В качестве мероприятий, направленных на совершенствование финансовой стратегии предприятия ООО «Агма» было предложено- совершенствование товарной политики, в частности- расширение ассортимента товаров за товаров бытового назначения (чистящие и моющие средства, порошки стиральные, мыло хозяйственное и туалетное, шампуни и др.). Таким образом, планируется увеличить ассортимент существующих товаров предприятия ООО «Агма» на 30 наименований. Для этого необходимо: поиск потенциальных оптовых продавцов бытовой химии, заключение договоров на поставку продукции, применение торговой наценки на товары в размере 40% от оптовой цены, реализация товаров бытового назначения населению через магазины компании ООО «Агма». Проведенный расчет показал, что финансирование данного мероприятия, направленного на расширение ассортимента, может осуществляться за счет чистой прибыли компании ООО «Агма», так по состоянию на 2012 г. этот

показатель составил 1392 тыс. руб., что является достаточным для реализации данного мероприятия.

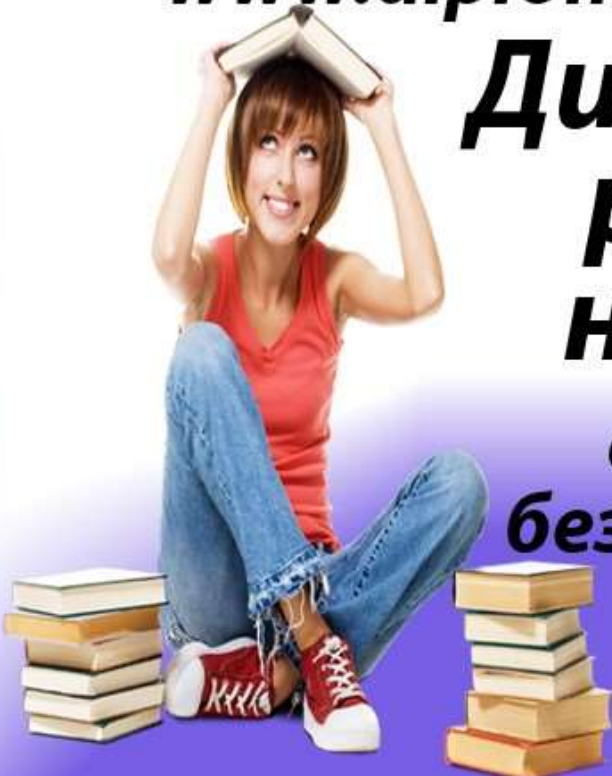
В целом экономическая эффективность от совершенствования товарной политики выражается в увеличении товарооборота, прибыли от реализации и рентабельности продаж. Проведенный расчет экономической эффективности показал, что за счет существующих мероприятий компания ООО «Агма» в следующем году сможет увеличить прибыль от продаж на 289,6 тыс. руб., и в перспективе этот показатель составит 1765,6 тыс. руб., возрастет и показатель рентабельности продаж на 1,06% и составит 8,82%.

Таким образом, за счет расширения ассортимента предприятия ООО «Агма» будет достигнута экономическая эффективность, которая выражается в увеличении товарооборота, прибыли от продаж и роста показателя рентабельности продаж, что является положительным фактором. Следовательно, данное мероприятие позволит компании улучшить свои финансовые показатели, быстрее рассчитаться с кредиторской задолженностью, повысить конкурентоспособность и выйти на новый уровень управленческого развития.

www.diplomstudent.net

**Дипломные
работы
на заказ**

**от автора
без предоплаты**



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон “Об Обществах с ограниченной ответственностью”// Принят Государственной Думой 14 января 1998 года. Одобрен Советом Федерации 28 января 1998 года (с изм. и доп.)
2. Абчук В. А. Самоучитель по бизнесу. Малое, но собственное дело. СПб.: Питер. – 2012. – 304 с.
3. Абрютина М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебно-практическое пособие / М.С. Абрютина, А.В. Грачев.- 8-е изд., перераб. и доп.- М. : Издательство «Дело и Сервис», 2009.-272с.
4. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности: учебно-методический комплекс/Под ред. Л.М. Полковского.- М.: «Финансы и статистика», 2009.- 384с.
5. Антикризисное управление: учебное пособие/ Под ред. Э.М. Короткова.- М. : «ИНФРА-М», 2009.- 618с.
6. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. [Текст] / И. Ансофф. - СПб: Издательство "ПИТЕР", 2011г. - 416 с.
7. Ансофф И. Стратегическое управление. [Текст] / И. Ансофф. - СПб: Издательство "ПИТЕР", 2012г. - 518 с.
8. Армстронг М. Основы менеджмента [Текст] / М. Армстронг. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2011г. - 508 с.
9. Абрютина, М.С. Экономический анализ торговой деятельности: Учебное пособие, М.: Дело и сервис, 2009г. 508 с.
10. Антикризисное управление/под ред. Г.К. Таля, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2009 г.
- 11.«Анализ хозяйственной деятельности предприятий» Савицкая Г.: Учебник-

- 2 –е изд., испр.-Мн.:ИП «Экоперспектива», 2008 г.-494 с.
- 12.Баканов М.И., А.Д. Шеремет «Теория экономического анализа» Москва, 2007 г.
 - 13.Багиев Г.Л., В.М.Тарасевич, Х.Анн; Под ред. Г.Л.Багиева: Маркетинг: Учебник для Вузов. Рубрика: Маркетинг (планирование деятельности). Брендинг, 2008 г. – 733 с.
 - 14.Баринов В. А. Стратегический менеджмент: [Учеб. пособие]/ В.А. Баринов, В.Л. Харченко; Целевое назначение: Учебники и учеб. пособ.д/ высшей школы(ВУЗы) ИНФРА-М 2011 г. – 284 с.
 - 15.Бандурин А.В. Стратегический менеджмент организации [Текст] / А.В. Бандурин, Б.А. Чуб. - М: ИНФРА 2008г. - 272 с.
 - 16.Баканов М.И. Теория экономического анализа : учебник для экон. вузов / М.И. Баканов.- 6-е изд., перераб. и доп.- М. : «Финансы и статистика», 2009.- 415с.
 - 17.Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта: учебное пособие / И.Т. Балабанов. - М.: «Финансы и статистика», 2009.- 184с.
 - 18.Бланк, И.А. Управление торговым предприятием. - М.: ТАНДЕМ, 2008г. 415 с.
 - 19.Бочаров В.В. Финансовый анализ : учебное пособие / В.В. Бочаров.- 4-е изд., доп. и перераб.- СПб.: «Питер», 2009.- 218с.
 - 20.Басовский А.Е. Маркетинг: курс лекций [Текст] / А.Е. Басовский. - М.: ИНФРА, 2009г. - 218 с.
 - 21.Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая и третья).- М. : «ТК Велби», 2012. - 448с.
 - 22.Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс 2-е издание, - СПб.: Питер, 2008г. — 464 с.
 - 23.Кабушкин Н.И. «Основы менеджмента» /Минск «Экономпресс»/, 2006 г.
 - 24.Ковалев А.П. Как оценить имущество предприятия.- М.: Финстатинформ,

2004 г.

25.Крейнина М.Н. «Финансовое состояние предприятия. Методы оценки», 2008 г.

26.Львов Ю.А. Основы экономики и организации бизнеса - Спб.: ГМП «Фармико», 2006 г. – 452с.

27.Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Вильямс, 2011 г. – 672 с.

28.Маркетинг: учебник/А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. под ред. А.Н. Романова.- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005 г.-560 с.

29.«Менеджмент»/ И.Н. Герчикова: Учебник, третье издание, Москва «Банки и биржи» Издательское объединение «Юнити» 2009г.

30.Налоговый кодекс РФ. М. Норма. 2012 г.

31.Поршнева А.Г. Управление организацией: [Текст] учебник / А.Г. Поршнева, З.П. Румянцева, Н.А. Саломатина - М.: ИНФРА, 2009 - 669 с.

32.Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник. М.: Маркетинг, 2009г. 328 с.

33.Руденко А.И., Экономика предприятия в условиях рынка: Учебное пособие – Мн.: 2010г. – 264с.

34.Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): Учебник/под ред. В.И. Кошкина.- М., 2008 г.

35.Оценка предприятия: теория и практика: учебное пособие/под ред. В.В. Григорьева, М.А. Федотовой.- М.: Инфра- М, 2009 г.

36.Фатхутдинов Р.А. Финансовый менеджмент: Учебник. 9-е издание, исправленное и дополненное. Издательство: Дело, 2011 г. – 448 с.

37.Шеремет А.Д., Д.Е. Сейфулин «Методика финансового анализа предприятия». М., 2010 г.

ПРИЛОЖЕНИЯ