



Тема: Совершенствование финансового состояния ООО «Вейнер Пластик»

Теоретическая глава ВКР: Теоретические аспекты финансового состояния предприятия

Глава 1. Теоретические аспекты финансового состояния предприятия

1.1. Понятие финансового состояния предприятия и информационная база исследования

1.2. Основные показатели финансового состояния и платежеспособности организации

1.3. Факторы, способствующие восстановлению финансового состояния предприятия

Глава 1. Теоретические аспекты финансового состояния предприятия

1.1. Понятие финансового состояния предприятия и информационная база исследования

Финансовое состояние предприятия - это экономическая категория, отражающая финансовые отношения субъекта рынка и его способность финансировать свою деятельность по состоянию на определенную дату. В процессе снабженческой, производственной, сбытовой и финансовой деятельности происходит непрерывный процесс кругооборота капитала, изменяются структура средств и источников их формирования, потребность в финансовых ресурсах и, как следствие, - финансовое состояние предприятия, рис.1.1.[6]

Финансовое состояние предприятия зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. И, наоборот, в результате невыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и, как следствие, - ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

Особенностью формирования цивилизованных рыночных отношений является усиление влияния таких факторов, как жесткая конкурентная борьба, технологические изменения, компьютеризация обработки экономической информации, непрерывные нововведения в налоговом законодательстве, изменяющиеся процентные ставки и курсы валют на фоне продолжающейся инфляции. В этих условиях перед менеджерами предприятия встает множество вопросов: какой должна быть стратегия и тактика современного предприятия в условиях перехода к рынку; как рационально организовать финансовую деятельность предприятия для его дальнейшего процветания; как повысить эффективность управления финансовыми ресурсами; каким образом определить показатели хозяйственной деятельности, обеспечивающие устойчивое финансовое состояние предприятия. На эти и другие жизненно важные вопросы может дать ответ объективный финансовый анализ, который позволяет наиболее рационально распределить материальные, трудовые и финансовые ресурсы. Известно, что любые ресурсы ограничены, и добиться максимального эффекта можно не только за счет регулирования их объема, но и путем оптимального соотношения разных ресурсов. Из всех видов ресурсов финансовые имеют первостепенное значение, поскольку это единственный вид ресурсов предприятия, трансформируемый непосредственно и с минимальным временем в любой другой вид ресурсов. [6]



Рисунок 1.1. Цели и задачи анализа финансового состояния предприятия.

Анализ финансового состояния фирмы необходим для: выявления факторов, влияющих на ее финансовое состояние; выявления изменений показателей финансового состояния; оценки количественных и качественных изменений финансового состояния; оценки финансового положения фирмы на определенный момент времени; определения тенденций изменений финансового состояния фирмы. В соответствии с этим анализ финансового состояния представляет собой существенный элемент управления предпринимательской фирмой. В рыночной экономике финансовое состояние предприятия по сути дела отражает конечные результаты его деятельности, которые интересуют не только работников самой фирмы, но и его партнеров по экономической деятельности, государственные, финансовые, налоговые органы.

Основная цель финансового анализа состоит в получении определенного числа основных (наиболее представительных) параметров, дающих объективную и обоснованную характеристику финансового состояния предприятия за отчетный период и прогноз на будущее. Это относится, прежде всего, к изменениям в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами, в составе прибылей и убытков. [7]

Локальные цели финансового анализа состоят в следующем: определение финансового состояния предприятия (уровня сбалансированности отдельных структурных элементов активов и капитала, а также степени эффективности их использования); выявление изменений в финансовом состоянии в пространственно-временном разрезе; установление основных факторов, вызывающих изменения в финансовом состоянии, т. е. в показателях финансовой устойчивости, платежеспособности, деловой активности и рентабельности активов, собственного капитала и продаж; прогноз основных тенденций финансового состояния.

Аналитика и управляющего (главного финансового менеджера) интересует как текущее финансовое положение предприятия (на месяц, квартал, полугодие), так и его прогноз на более отдаленную перспективу. Альтернативность целей финансового анализа определяют не только его временные границы. Она зависит также от целей, которые ставят перед собой пользователи финансовой информации.

Цели исследования достигаются в результате решения ряда аналитических задач: предварительный обзор бухгалтерской отчетности; характеристика имущества предприятия: внеоборотных и оборотных активов; оценка финансовой устойчивости; характеристика источников средств - собственных и заемных; анализ прибыли и рентабельности; изучение показателей оборачиваемости активов и собственного капитала; разработка мероприятий по улучшению финансово-хозяйственной деятельности

предприятия. Эти задачи выражают конкретные цели анализа с учетом организационных, технических и методических возможностей его проведения.

Финансовый анализ может быть разделен на следующие виды: по пользователям, по направлению анализа, по детализации, по характеру проведения (табл.1.1). [21]

Таблица 1.1.

Виды финансового анализа

№ п/п	Вид	Классификация
1	По пользователям	- внутренний финансовый анализ - финансовый анализ проводят сотрудники компании; - внешний финансовый анализ - финансовый анализ проводят лица, не работающие в компании.
2	По направлению анализа	- ретроспективный анализ - анализ прошлой финансовой информации; - перспективный анализ- анализ финансовых планов и прогнозов.
3	По детализации	- экспресс-анализ - анализ проводится по основным финансовым показателям; - детализированный финансовый анализ - проводится по всем показателям, дает полную характеристику компании.
4	По характеру проведения	- анализ финансовой отчетности - анализ по данным бухгалтерской отчетности; - инвестиционный анализ- анализ инвестиций и капитальных вложений; - технический анализ - анализ ценового графика ценных бумаг компании; - специальный анализ- анализ по специальному заданию.

В современных условиях возрастает самостоятельность предприятий в принятии и реализации управленческих решений, их экономическая и юридическая ответственность за результаты хозяйственной деятельности. Объективно повышается значение параметров финансовой устойчивости, равновесия и гибкости хозяйствующих субъектов.

Под финансовым равновесием понимают значение достигнутого состояния финансовой деятельности предприятия, при котором потребность в приросте основного объема активов (имущества) сбалансирована с возможностями финансирования этого прироста за счет собственных источников (чистой прибыли и амортизационных отчислений). Финансовая гибкость выражает способность предприятия оперативно формировать необходимый объем денежных ресурсов при неожиданном появлении высокоэффективных финансовых предложений или новых возможностей ускорения экономического развития. Все это усиливает роль финансового анализа в оценке результатов производственной и

коммерческой деятельности и, прежде всего, в наличии, размещении и использовании капитала и доходов.

Информационной базой финансового анализа является бухгалтерская отчетность. Бухгалтерская отчетность представляет собой систему показателей, отражающих имущественное и финансовое положение организации на отчетную дату, а также финансовые результаты ее деятельности за отчетный период, рис.1.2.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность должна включать показатели деятельности всех подразделений экономического субъекта, включая его филиалы и представительства, независимо от их места нахождения. Бухгалтерская (финансовая) отчетность составляется в валюте Российской Федерации (т.е. в рублях). Подготовка и представление годового отчета, а также сами типовые формы бухгалтерской (финансовой) отчетности регламентируются следующей нормативной базой:

1) Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» Вступил в силу с 1 января 2013 г. Целями настоящего Федерального закона являются установление единых требований к бухгалтерскому учету, в том числе бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также создание правового механизма регулирования бухгалтерского учета. [2]

2) Бухгалтерская отчетность организации - ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» устанавливает состав, содержание и методические основы формирования бухгалтерской отчетности организаций, являющихся юридическими лицами по законодательству Российской Федерации, кроме кредитных организаций и государственных (муниципальных) учреждений, утверждена Приказом Минфина РФ от 2 июля 2010 г. N 66н "О формах бухгалтерской отчетности организаций" (ред. от 04.12.2012), прил.В.

В настоящий момент основными формами бухгалтерской отчетности являются: бухгалтерский баланс; бухгалтерский баланс (для субъектов малого предпринимательства) (введен Приказом от 04.12.2012); отчет о финансовых результатах (ред. от 04.12.2012); отчет о финансовых результатах (для субъектов малого предпринимательства) (введен Приказом от 04.12.2012); отчет об изменениях капитала; отчет о движении денежных средств; отчет о целевом использовании средств (ред. от 04.12.2012), прил.Г. Рассмотрим кратко характеристику основных форм бухгалтерской отчетности.

Бухгалтерский баланс - одна из основных форм бухгалтерской отчетности. В соответствии с международными правилами финансовой отчетности, баланс содержит данные об активах, обязательствах и собственном капитале. Бухгалтерский баланс характеризует имущественное и финансовое состояние организации в денежной оценке на отчетную дату. Баланс состоит из трех частей: активов, обязательств и капитала. В основном, статьи баланса по



Рисунок 1.2. Информационная база для анализа финансового состояния предприятия.

традиции следуют друг за другом в порядке ликвидности, хотя есть исключения.

Основное свойство баланса состоит в том, что суммарные активы всегда равны сумме обязательств и собственного капитала. Активы показывают, какие средства использует бизнес, а обязательства и собственный капитал показывают, кто предоставил эти средства и в каком размере. Все ресурсы, которыми обладает предприятие, могут быть предоставлены либо собственниками (капитал), либо кредиторами (обязательства). Поэтому сумма требований кредиторов вместе с требованиями владельцев должна быть равна сумме активов. Это также обусловлено тем, что при отражении операций на счетах в балансе соблюдается принцип двойной записи. Бухгалтерский баланс не отражает движения средств и фактов осуществления конкретных хозяйственных операций, но показывает финансовое состояние хозяйствующего субъекта в определенный момент времени.

Отчет о финансовых результатах - одна из основных форм бухгалтерской отчетности, которая характеризует финансовые результаты деятельности организации за отчетный период и содержит данные о доходах, расходах и финансовых результатах в сумме нарастающим итогом с начала года до отчетной даты. Начиная с отчетности за 2012 год, субъекты малого предпринимательства могут использовать упрощенную форму отчета.

При составлении отчета расчет выручки и других доходов, а также расходов, производится по методу начисления, то есть выручка начисляется тогда, когда у потребителей возникают обязательства по оплате продукции или услуг предприятия, чаще всего это происходит в момент отгрузки потребителю продукции или предоставления услуг, и сопровождается предъявлением покупателем (заказчиком) соответствующих расчетных документов. Отчет о финансовых результатах является важнейшим источником для анализа показателей рентабельности предприятия, рентабельности реализованной продукции, рентабельности производства продукции, а также для определения величины чистой прибыли.

Отчет об изменениях капитала - отчет, в котором раскрывается информация о движении уставного капитала, резервного капитала, добавочного капитала, а также информация об изменениях величины нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) организации и доли собственных акций, выкупленных у акционеров. Кроме того, в этой форме указывают корректировки в связи с изменением учетной политики и исправлением ошибок. Отчет об изменениях капитала состоит из 3 разделов: Раздел I «Движение капитала»; Раздел II «Корректировки в связи с изменением учетной политики и исправлением ошибок»; Раздел III «Чистые активы». [23]

В разделе I «Движение капитала» по горизонтали отражается структура капитала, по вертикали операции с капиталом (изменения уставного,

добавочного, резервного капитала, акций, выкупленных у акционеров и показатели нераспределенной прибыли (непокрытого убытка)). Показатели раздела группируются внутри периода по группам «Увеличение капитала» и «Уменьшение капитала»;

Раздел II «Корректировки в связи с изменением учетной политики и исправлением ошибок» состоит из трех частей: Капитал всего; в том числе нераспределенная прибыль (непокрытый убыток); в том числе другие статьи капитала, по которым осуществлены корректировки.

Раздел III «Чистые активы» представлен на три отчетные даты.

Отчет о движении денежных средств - отчет компании об источниках денежных средств и их использовании в данном временном периоде. Этот отчет прямо или косвенно отражает денежные поступления компании с классификацией по основным источникам и ее денежные выплаты с классификацией по основным направлениям использования в течение периода. Отчет дает общую картину производственных результатов, краткосрочной ликвидности, долгосрочной кредитоспособности и позволяет с большей легкостью провести финансовый анализ компании.

На сегодняшний день все национальные и международные разработчики стандартов финансовой отчетности пришли к выводу о важности раскрытия информации об источниках поступления и направлениях использования компаниями денежных средств, отчет о движении денежных средств стал частью пакета финансовой отчетности (бухгалтерского баланса, приложения к бухгалтерскому балансу, отчет о финансовых результатах). Этот отчет необходим как менеджерам, так и внешним пользователям, которые по его показателям могут увидеть реальные доходы и расходы, а также узнать: объем и источники получения денежных средств и направления их использования; способность компании в результате своей деятельности обеспечивать превышение поступлений денежных средств над выплатами; способность компании выполнять свои обязательства; информацию о достаточности денежных средств для ведения деятельности; степень самостоятельного обеспечения инвестиционных потребностей за счет внутренних источников; причины разности между величиной полученной прибыли и объемом денежных средств. Этот отчет прямо или косвенно отражает денежные поступления компании с классификацией по основным источникам и ее денежные выплаты с классификацией по основным направлениям использования в течение периода. Отчет о движении денежных средств может быть составлен любой компанией независимо от ее размера, структуры, отрасли. Отчет дает общую картину производственных результатов, краткосрочной ликвидности, долгосрочной кредитоспособности и позволяет с большей лёгкостью провести финансовый анализ компании. При составлении отчёта

разделяют приток и отток наличных по производственной (операционной или текущей), финансовой и инвестиционной деятельности компании, табл.1.2. [51]

Таблица 1.2.

Классификация денежных потоков по видам деятельности

Вид деятельности	Притоки	Оттоки
Операционная	- поступления от продажи товаров и предоставления услуг; - поступления рентных платежей за предоставление прав, вознаграждений, комиссионных; - поступления и выплаты страховых компаний по страховым премиям, искам.	- выплаты поставщикам товаров и услуг; - выплаты заработной платы работникам; - выплаты налога на прибыль, кроме налогов, относящихся к финансовой или инвестиционной деятельности.
Инвестиционная	- поступления от продажи основных средств, нематериальных активов и прочих внеоборотных активов; - поступления от продажи акций других компаний, а также долей в совместных компаниях; - поступления в погашение займов, предоставленных другим сторонам.	- выплаты для приобретения основных средств, нематериальных активов и прочих внеоборотных активов; - выплаты по приобретению акций или долговых инструментов других компаний, а также долей в совместных компаниях; - кредитование других сторон.
Финансовая	- поступления от эмиссии акций или выпуска других долевого инструментов; - поступления от эмиссии облигаций, векселей, залоговых, займов, а также от прочих финансовых инструментов.	- выплаты собственникам при выкупе или погашении акций компании; - выплаты в погашение займов; - выплаты арендатором в погашение обязательства по финансовой аренде.

- операционная деятельность - основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании (за исключением финансовой и инвестиционной деятельности);

- инвестиционная деятельность - вид деятельности, связанной с приобретением, созданием и продажей внеоборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций, не включенных в определение денежных средств и их эквивалентов;

- финансовая деятельность - вид деятельности, который приводит к изменениям в размере и составе капитала и заемных средств компании. Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов, необходимых для финансирования операционной и инвестиционной деятельности.

Эта классификация предназначена для того, чтобы пользователи отчетности могли оценить воздействие этих трех направлений деятельности на финансовое положение компании и величину ее денежных средств. Денежные потоки относят к движению денежных средств от операционной, финансовой, инвестиционной в зависимости от характера деятельности компании.

Основной целью финансовой отчетности является предоставление информации о финансовом состоянии, результатах деятельности и изменении финансового состояния компании.

1.2. Основные показатели финансового состояния и платежеспособности организации

Финансовая устойчивость – характеристика стабильности финансового положения предприятия, обеспечиваемая высокой долей собственного капитала в общей сумме используемых финансовых средств. Оценка уровня финансового состояния осуществляется с использованием обширной системы показателей. Наиболее важными группами финансовых показателей являются: показатели ликвидности, показатели финансовой устойчивости и платежеспособности, показатели рентабельности, показатели оборачиваемости (деловой активности), рис.1.3. Рассмотрим эти группы показателей подробнее. [56]

Под ликвидностью баланса, как правило, понимается как степень покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств. Главная задача оценки ликвидности баланса - определить величину покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в денежную форму (ликвидность) соответствует сроку погашения обязательств (срочности возврата). В зависимости от степени ликвидности, т.е. скорости превращения в денежные средства, активы предприятия разделяются на следующие группы, прил.А. На основании сгруппированных данных активов и пассивов рассчитываются показатели ликвидности предприятия, табл.1.3. [56]

В зависимости от отраслей деятельности, структуры внутри предприятий, их положения на рынке, финансовой политики и других аспектов, организации имеют различную финансовую устойчивость. Однако имеют место основные виды устойчивости: абсолютная финансовая устойчивость; нормальная финансовая устойчивость; неустойчивое состояние; кризисное финансовое состояние. Такая классификация объясняется уровнем покрытия собственными средствами заемных, соотношение собственного и заемного капитала для покрытия запасов.



Рисунок 1.3. Основные показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия.

Таблица 1.3.

Показатели ликвидности предприятия

Наименование показателя	Способ расчета	Нормальное ограничение	Пояснения
1.Общий показатель платежеспособности	$L_1 = \frac{A1 + 0,5A2 + 0,3A3}{П1 + 0,5П2 + 0,3П3}$	$L_1 \geq 1$	Общая ликвидность
2.Коэффициент абсолютной ликвидности	$L_2 = \frac{\left(\begin{array}{c} \text{Денежные} \\ \text{средства} \end{array} \right) + \left(\begin{array}{c} \text{Краткосрочные} \\ \text{финансовые} \\ \text{вложения} \end{array} \right)}{\text{Текущие обязательства}}$	$L_2 \geq 0,1 \div 0,7$	Показывает, какую часть текущей краткосрочной задолженности организация может погасить в ближайшее время за счет денежных средств и приравненных к ним финансовых вложений
3.Коэффициент "критической оценки"	$L_3 = \frac{\left(\begin{array}{c} \text{Денежные} \\ \text{средства} \end{array} \right) + \left(\begin{array}{c} \text{Текущие} \\ \text{финансовые} \\ \text{вложения} \end{array} \right) + \left(\begin{array}{c} \text{Краткосрочная} \\ \text{дебиторская} \\ \text{задолженность} \end{array} \right)}{\text{Текущие обязательства}}$	Допустимое $0,7 \div 0,8$ желательно $L_3 = 1$	Показывает, какая часть краткосрочных обязательств организации может быть немедленно погашена за счет денежных средств, средств в краткосрочных ценных бумагах, а также поступлений по расчетам.
4.Коэффициент текущей ликвидности	$L_4 = \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Текущие обязательства}}$	Необходимое значение 1,5; оптимальное $L_4 = 2,0 \div 3,5$	Показывает, какую часть текущих обязательств по кредитам и расчетам можно погасить, мобилизовав все оборотные средства.
5.Коэффициент маневренности функционирующего капитала	$L_5 = \frac{\text{Медленно реализуемые активы}}{\left(\begin{array}{c} \text{Оборотные} \\ \text{активы} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{c} \text{Текущие} \\ \text{обязательства} \end{array} \right)}$	Уменьшение показателя в динамике – положительный факт	Показывает, какая часть функционирующего капитала обездвижена в производственных запасах и долгосрочной дебиторской задолженности.
6.Доля оборотных средств в активах	$L_6 = \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Валюта баланса}}$	$L_6 \geq 0,5$	Зависит от отраслевой принадлежности организации
7.Коэффициент обеспеченности собственными средствами	$L_7 = \frac{\left(\begin{array}{c} \text{Собственный} \\ \text{капитал} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{c} \text{Внеоборотные} \\ \text{активы} \end{array} \right)}{\text{Оборотные активы}}$	$L_7 \geq 0,1$	Характеризует наличие собственных оборотных средств у организации, необходимых для ее текущей деятельности.

Коэффициенты финансовой устойчивости характеризуют состояние и динамику финансовых ресурсов предприятий с точки зрения обеспечения ими производственного процесса и других сторон их деятельности: коэффициент концентрации собственного капитала, коэффициент финансовой зависимости, коэффициент маневренности собственного капитала, коэффициент концентрации заемного капитала, коэффициент структуры долгосрочных вложений, коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств, коэффициент структуры заемного капитала, коэффициент соотношения заемных и собственных средств, табл.1.4. [57]

Таблица 1.4.

Показатели финансовой устойчивости

Наименование показателя	Способ расчета	Норматив показателя	Пояснения
1. Коэффициент капитализации (плечо финансового рычага)	$U_1 = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собственный капитал}}$	Не выше 1,5	Показывает, сколько заемных средств организация привлекла на 1 руб., вложенных в активы собственных средств
2. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$U_2 = \frac{\left(\begin{array}{c} \text{Собственный} \\ \text{капитал} \end{array} \right) - \left(\begin{array}{c} \text{Внеоборотные} \\ \text{активы} \end{array} \right)}{\text{Оборотные активы}}$	Нижняя граница 0,1; опт $U_2 \geq 0,5$	Показывает, какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных источников.
3. Коэффициент финансовой независимости (автономности)	$U_3 = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Валюта баланса}}$	$0,4 \leq U_3 \leq 0,6$	Показывает удельный вес собственных средств в общей сумме источников финансирования.
4. Коэффициент финансирования	$U_4 = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Заемный капитал}}$	$U_4 \geq 0,7$; опт $U_4 \geq 1,5$	Показывает, какая часть деятельности финансируется за счет собственных, а какая - за счет заемных средств.
5. Коэффициент финансовой устойчивости	$U_5 = \frac{\left(\begin{array}{c} \text{Собственный} \\ \text{капитал} \end{array} \right) + \left(\begin{array}{c} \text{Долгосрочные} \\ \text{обязательства} \end{array} \right)}{\text{Валюта баланса}}$	$U_5 \geq 0,6$	Показывает, какая часть актива финансируется за счет устойчивых источников.

Другими словами, коэффициенты оценки финансовой устойчивости предприятия - система показателей, характеризующих структуру используемого капитала предприятия с позиций степени финансовой стабильности его развития в предстоящем периоде.

В условиях рыночных отношений велика роль показателей рентабельности продукции, характеризующих уровень прибыльности (убыточности) ее 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.

Показатели рентабельности - это важнейшие характеристики фактической среды формирования прибыли и дохода предприятия. По этой причине они являются обязательными элементами сравнительного анализа и оценки финансового состояния предприятия.

Основными задачами анализа рентабельности являются: определение темпов роста, и структуры формирования балансовой прибыли за ряд лет; выявление влияния факторов, определяющих выполнение плана по общей (балансовой) прибыли, вскрытие причин возникновения и изыскание путей ликвидации убытков; отграничение влияния внешних факторов и определение суммы прибыли, полученной в результате трудовых усилий производственного коллектива и эффективного использования работниками производственных ресурсов; определение факторов, влияющих на динамику и выполнение плана по уровню общей рентабельности. В зависимости от цели расчетов наиболее часто рентабельность торгового предприятия определяют посредством процентного отношения прибыли к следующим показателям: товарообороту; издержкам обращения; оборотным средствам; основным средствам; средствам на оплату труда; собственному капиталу; капиталу (совокупному капиталу предприятия, включающему собственные и заемные средства). [57]

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Они более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Показатели рентабельности служат не только для оценки деятельности предприятия, но и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании. Различают: 1) показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек производства и инвестиционных проектов; 2) показатели, характеризующие рентабельность продаж; 3) показатели, характеризующие доходность капитала и его частей. Все эти показатели могут рассчитываться на основе балансовой прибыли, прибыли от реализации продукции и чистой прибыли. Основные показатели рентабельности и их характеристика представлены в табл. 1.5.

Рассмотрим показатели деловой активности. Деловая активность является комплексной и динамичной характеристикой предпринимательской деятельности и эффективности использования ресурсов.

Таблица 1.5.

Показатели, характеризующие прибыльность (рентабельность)

Наименование показателя	Способ расчета	Пояснения
Рентабельность продаж	$R_1 = \frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{выручка от продаж}} \times 100\%$	Показывает, сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции
Бухгалтерская рентабельность от обычной деятельности	$R_2 = \frac{\text{прибыль до налогообложения}}{\text{выручка от продаж}} \times 100\%$	Показывает уровень прибыли до выплаты налога
Чистая рентабельность	$R_3 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{выручка от продаж}} \times 100\%$	Показывает, сколько чистой прибыли приходится на единицу продукции
Экономическая рентабельность	$R_4 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{средняя стоимость имущества}} \times 100\%$	Показывает эффективность использования всего имущества организации
Рентабельность собственного капитала	$R_4 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{средняя стоимость собственного капитала}} \times 100\%$	Показывает эффективность использования собственного капитала
Валовая рентабельность	$R_6 = \frac{\text{прибыль валовая}}{\text{выручка от продаж}} \times 100\%$	Показывает, сколько валовой прибыли приходится на единицу выручки
Затратоотдача	$R_7 = \frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{затраты на производство и реализацию продукции}} \times 100\%$	Показывает, сколько прибыли от продажи приходится на 1 руб. затрат
Рентабельность переменного капитала	$R_8 = \frac{\text{чистая прибыль}}{\left(\begin{array}{c} \text{собственный} \\ \text{капитал} \end{array} \right) + \left(\begin{array}{c} \text{долгосрочные} \\ \text{обязательства} \end{array} \right)}$	Показывает эффективность использования капитала, вложенного в деятельность организации на длительный срок
Коэффициент устойчивости экономического роста	$R_9 = \frac{\text{чистая прибыль} - \text{дивиденды} - \text{выплачиваемые} - \text{акционерам}}{\text{средняя стоимость собственного капитала}} \times 100\%$	Показывает, какими темпами увеличивается собственный капитал за счет финансово-хозяйственной деятельности

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. Значение анализа деловой активности заключается в формировании экономически обоснованной оценки эффективности и интенсивности использования ресурсов организации и в выявлении резервов их повышения. В ходе анализа решаются следующие задачи: 1) изучение и оценка тенденции изменения показателей деловой активности; 2) исследование влияния основных факторов, обусловивших изменение показателей деловой активности и расчет величины их конкретного влияния; 3) обобщение результатов анализа, разработка конкретных мероприятий по вовлечению в оборот выявленных резервов.

Деловая активность в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота средств. Анализ деловой активности заключается в исследовании уровней и динамики разнообразных финансовых коэффициентов – показателей оборачиваемости. Классификация показателей деловой активности представлена в табл.1.6. Данные табл.1.6. показывают что, для анализа деловой активности организации используют две группы показателей: 1) общие показатели оборачиваемости; 2) показатели управления активами. Коэффициенты оценки оборачиваемости активов – система показателей производственно-коммерческой активности предприятия, характеризующая, насколько быстро сформированные активы оборачиваются в процессе его хозяйственной деятельности. Коэффициенты оценки оборачиваемости капитала - это система показателей финансовой активности предприятия, характеризующая, насколько быстро сформированные активы оборачиваются в процессе его хозяйственной деятельности. [50]

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод, что финансовый анализ представляет собой процесс исследования финансового состояния и основных результатов финансовой деятельности предприятия с целью выявления резервов повышения его рыночной стоимости и обеспечения дальнейшего эффективного развития.

1.3. Факторы, способствующие восстановлению финансового состояния предприятия

От неэффективного управления финансами, любое предприятие подвержено риску банкротства. Банкротство - это неспособность предприятия своевременно погашать свои долги. Основной закон, регулирующий банкротство предприятий в РФ - это закон «О несостоятельности (банкротстве)» № 6-ФЗ. Успехи и неудачи деятельности фирмы следует

Таблица 1.6.

Коэффициенты деловой активности

Наименование показателя	Способ расчета	Пояснения
Коэффициент общей оборачиваемости капитала (ресурсоотдача)	$d_1 = \frac{\text{выручка от продажи}}{\text{среднегодовая стоимость активов}} (\text{оборотов})$	Показывает эффективность использования имущества предприятия и отражает скорость оборота капитала организации за период
Коэффициент оборачиваемости оборотных (мобильных) средств	$d_2 = \frac{\text{выручка от продажи}}{\text{среднегодовая стоимость оборотных активов}} (\text{оборотов})$	Показывает скорость оборота всех оборотных средств организации
Коэффициент отдачи нематериальных активов	$d_3 = \frac{\text{выручка от продажи}}{\text{средняя стоимость нематериальных активов}} (\text{оборотов})$	Показывает эффективность использования нематериальных активов
Фондоотдача	$d_4 = \frac{\text{выручка от продажи}}{\text{средняя стоимость основных средств}} (\text{оборотов})$	Показывает эффективность использования основных средств предприятия
Коэффициент отдачи собственного капитала	$d_5 = \frac{\text{выручка от продажи}}{\text{средняя стоимость собственного капитала}} (\text{оборотов})$	Показывает скорость оборота собственного капитала
Оборачиваемость материальных средств (запасов)	$d_6 = \frac{\left(\frac{\text{средняя стоимость запасов}}{\text{выручка от продажи}} \right) \times t}{\text{выручка от продажи}} (\text{в днях})$	Показывает, за сколько в среднем дней оборачиваются запасы в анализируемом периоде
Оборачиваемость денежных средств	$d_7 = \frac{\left(\frac{\text{средняя стоимость денежных средств}}{\text{выручка от продажи}} \right) \times t}{\text{выручка от продажи}} (\text{в днях})$	Показывает срок оборота денежных средств
Коэффициент оборачиваемости средств в расчетах	$d_8 = \frac{\text{выручка от продажи}}{\text{средняя стоимость дебиторской задолженности}} (\text{оборотов})$	Показывает количество оборотов средств в дебиторской задолженности за отчетный период
Срок погашения дебиторской задолженности	$d_9 = \frac{\left(\frac{\text{средняя стоимость дебиторской задолженности}}{\text{выручка от продажи}} \right) \times t}{\text{выручка от продажи}} (\text{в днях})$	Показывает, за сколько в среднем дней погашается дебиторская задолженность организации.
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	$d_{10} = \frac{\text{выручка от продажи}}{\text{средняя стоимость кредиторской задолженности}} (\text{оборотов})$	Показывает расширение или снижение коммерческого кредита, предоставляемого организации.
Срок погашения кредиторской задолженности	$d_{11} = \frac{\left(\frac{\text{средняя стоимость кредиторской задолженности}}{\text{выручка от продажи}} \right) \times t}{\text{выручка от продажи}} (\text{в днях})$	Показывает средний срок возврата долгов организацией по текущим обязательствам.

рассматривать как взаимодействие целого ряда факторов - внешних (на которые фирма не может оказывать влияние) и внутренних (которые, как правило, зависят - от организации работы самой фирмы). Способность фирмы приспособиться к изменению внешних (социальных) и внутренних (технологических) факторов является гарантией не только ее выживания, но и процветания.

Политическая и экономическая нестабильность, нарушение регулирования финансового механизма и инфляционные процессы следует отнести к наиболее значительным факторам, усугубляющим кризисную ситуацию на российских государственных и частных предприятиях. Ранними признаками банкротства являются: а) задержки с представлением отчетности, которые могут свидетельствовать о плохой работе финансовых служб предприятия; б) резкие изменения в структуре баланса и отчета о финансовых результатах, особенно: резкое уменьшение денег на счетах (увеличение денег также может свидетельствовать о невозможности дальнейших капиталовложений); увеличение дебиторской задолженности (резкое ее снижение также свидетельствует о затруднениях со сбытом, если сопровождается ростом запасов готовой продукции); старение дебиторских счетов; нарушение баланса дебиторской и кредиторской задолженности; увеличение кредиторской задолженности (резкое ее снижение при наличии денег на счетах также свидетельствует о снижении объемов деятельности); снижение объемов продаж (неблагоприятным может оказаться и резкое увеличение объемов продаж, так как в этом случае банкротство может наступить в результате последующего нарушения баланса долгов, если последует непродуманное увеличение закупок, капитальных затрат; кроме того, рост объемов продаж может свидетельствовать о сбросе продукции перед ликвидацией предприятия); в) конфликты на предприятии, увольнение кого-либо из руководства, резкое увеличение числа принимаемых решений и т. д.

Важными внутренними факторами, усиливающими кризисную ситуацию предприятия, являются: возникновение убытков предприятия в связи с неудовлетворительной организацией работы с рынком, неконкурентоспособностью товаров, несвоевременным обновлением ассортимента товарной продукции; резкое повышение уровня издержек производства и сбыта товара в связи с нерациональной структурой управления, многочисленностью штата управления, применением дорогостоящих технологий, средств и предметов труда и т. д.; снижение уровня культуры производства и культуры предприятия в целом, включая квалификацию персонала, технический уровень производства, взаимоотношения в коллективе, его уверенность в эффективной работе; отсутствие стимулов труда у персонала предприятия.

Другие ранние признаки банкротства связаны с характером изменений финансовых показателей деятельности предприятия, своевременностью и качеством представления финансовой отчетности и проведением аудиторских проверок:

- задержки представления бухгалтерской отчетности и изменение ее качества, что может свидетельствовать либо о сознательных действиях, либо о низком уровне персонала - и то и другое являются признаками неэффективности финансового управления;

- изменения в статьях бухгалтерского баланса со стороны пассивов и активов и нарушение определенной их пропорциональности;

- увеличение или уменьшение материальных запасов, что может свидетельствовать либо о заинтересованности, либо о возможной неспособности предприятия выполнять свои обязательства по поставкам;

- увеличение задолженности предприятия поставщикам и кредиторам;

- уменьшение доходов предприятия и снижение прибыльности фирмы, обесценение акций предприятия, установление предприятием нереальных (высоких или низких) цен на свою продукцию и т. д.

Настораживающими признаками являются также внеочередные проверки предприятия, ограничение его коммерческой деятельности органами власти, отмена и изъятие лицензий и т. д.

К внешним факторам, оказывающим сильное влияние на деятельность фирмы, относятся: размер и структура потребностей населения; уровень доходов и накоплений населения, а значит, и его покупательная способность (сюда же могут быть отнесены уровень цен и возможность получения потребительского кредита, что существенным образом влияет на предпринимательскую активность); политическая стабильность и направленность внутренней политики; развитие науки и техники, которое определяет все составляющие процесса производства товара и его конкурентоспособность; уровень культуры, т. е. привычки и нормы потребления, предпочтения одних товаров и отрицательное отношение к другим; международная конкуренция, при которой зарубежные фирмы в одних случаях выигрывают за счет дешевого труда, а в других — за счет более совершенных технологий.

На финансовом положении большинства предприятий негативно сказываются и последствия общеэкономического спада, инфляции, зачастую выражающиеся в слиянии фирм и неожиданном возникновении новых конкурентов, а также неожиданные перемены в сфере государственного регулирования, резкое уменьшение государственного заказа и др.

Таким образом, основная причина разорения предприятия - некомпетентный или недобросовестный менеджмент.

Основными факторами, способствующими восстановлению финансового состояния являются: увеличение выручки, прибыли, снижение себестоимости. Это может быть достигнуто за счет совершенствования управления всеми ресурсами компании: материальными, финансовыми, трудовыми, информационными, табл.1.7. [10]

Таблица 1.7.

Основные пути повышения эффективности деятельности предприятия

№ п/п	ресурсы	пути повышения
1	Управление материальными ресурсами	Эффективное использование производственных, складских и торговых помещений; машин, оборудования, инвентаря; управление товарными запасами (разработка оптимального ассортимента товаров и услуг, стимулирование продаж, активная рекламная деятельность, повышение качества товаров и услуг и т.д.) и др.
2	Управление трудовыми ресурсами	Четкое распределение прав и обязанностей работников, повышение квалификации, снижение текучести, моральная и материальная мотивация персонала и т.д.
3	Управление финансовыми ресурсами	Оптимизация финансовых потоков компании, снижение сальдо штрафных санкций по налогам и сборам, экономия финансовых ресурсов, снижение себестоимости и др.
4	Управление информационными ресурсами	Достаточное наличие информационных ресурсов, автоматизация всех процессов управления в организации (автоматизация продаж, документопотока, составления финансовой отчетности и бизнес- планирования с помощью программного обеспечения и др.)

Повышение эффективности деятельности предприятия не может осуществляться без сформировавшегося стратегического видения, установления целей и разработанной стратегии организации. Стратегия предприятия - это упорядоченная во времени система приоритетных направлений, форм, методов, средств, правил, приемов использования ресурсного, научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия с целью экономически эффективного решения поставленных задач и поддержания конкурентного преимущества. Цель разработки стратегии - повышение управляемости бизнеса за счет вовлечения и обучения персонала в принятие управленческих решений. Основными задачами разработки стратегии являются следующие: 1) Формирование стратегического видения; 2) Установление целей; 3) Разработка стратегии.

Стратегическое видение – взгляды менеджера в компании на то, какими видами деятельности организация собирается заниматься (а также взгляды на долгосрочный курс). Стратегическое видение необходимо руководству компании, чтобы снять все сомнения относительно долгосрочных перспектив

развития компании. Хорошо обоснованное стратегическое видение – обязательное условие для обеспечения эффективного стратегического лидерства. Менеджер не может эффективно работать в качестве лидера или разработчика стратегии без ясной концепции своего бизнеса. Эффективная разработка стратегии начинается с определения того, что организация должна, а чего не должна делать и виденье того, куда организация должна направляться.

Существует 3 аспекта в формировании хорошо отработанного стратегического видения и обоснования миссии компании: 1) Понимание, в каких сферах бизнеса работает компания; 2) Объяснение стратегического видения и миссии компании ясно, доходчиво и вдохновенно; 3) Своевременное решение, когда изменит стратегический курс и миссию компании. Разработка стратегии развития предприятия - процедура разработки желаемого состояния организации: видения, миссии, целей (карты целей компании и счетной карты ключевых показателей эффективности) и конкретных мероприятий по использованию сильных (слабых) сторон для достижения возможностей (нивелирования угроз).

Основная общая цель организации - четко выраженная причина ее существования - обозначается как ее миссия. Цели вырабатываются для осуществления этой миссии.

Функционально процедурой стратегического планирования должно заниматься специальное подразделение - отдел стратегического планирования, который может также выступать в качестве структурной единицы плановой службы предприятия. Отдел стратегического планирования выполняет пять основных функций: 1) формирует стратегическое мышление на предприятии; 2) занимается сбором и анализом стратегической информации, позволяющей высшему руководству осуществлять процесс целеполагания; 3) организует работу по выработке общей стратегии развития предприятия; 4) координирует работу подразделений предприятия по разработке функциональных стратегий и крупных программ, а также осуществляет стыковку разделов перспективного планирования; 5) осуществляет контроль за выполнением стратегического плана.

Так как основными экономическими показателями эффективности работы малого предприятия являются показатели: выручки, прибыли, рентабельности, рассмотрим основные пути увеличения товарооборота предприятия. Основными мероприятиями, направленными на эффективное управление товарными запасами являются: повышение качества продукции(услуг); разработка оптимального ассортимента продукции (услуг), правильно выбранная ценовая политика фирмы, активная рекламная деятельность и система стимулирования продаж. Следовательно, именно совершенствование маркетинговых стратегий позволит компании увеличить объем товарооборота. Рассмотрим эти стратегии подробнее, табл.1.8.

Таблица 1.8.

Классификация основных маркетинговых стратегий предприятия

№ п/п	Совершенствование стратегий	Характеристика стратегии
1	Стратегия качества	это разработка мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания потенциальных потребителей.
2	Товарная стратегия	это разработка направлений оптимизации товарной номенклатуры и определение ассортимента товаров(услуг), наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего эффективность деятельности предприятия в целом.
3	Стратегия ценообразования	обоснованный выбор из нескольких вариантов цены (или перечня цен), направленный на достижение максимальной (нормативной) прибыли для фирмы на рынке в рамках планируемого периода.
4	Сбытовая стратегия	это долго- и среднесрочные решения по формированию и изменению сбытовых каналов, а также процессов физического перемещения товаров во времени и пространстве в рыночных условиях.
5	Стратегия стимулирования сбыта	Комплекс стимулирования сбыта состоит из четырех основных средств воздействия: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа. Стимулирование сбыта — кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара или услуг.

Стратегия качества- это разработка мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания потенциальных потребителей. Качество продукции – совокупность свойств, обслуживающая ее способность удовлетворять определенные желания потребителей. Качество услуги— совокупность характеристик услуги, определяющих её способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя (ГОСТ Р 50691-94. модель обеспечения качества услуг). Качество товаров и услуг -это комплекс товаров и услуг, обладающих свойствами удовлетворять потребности и желания.

Товарная стратегия- это разработка направлений оптимизации товарной номенклатуры и определение ассортимента товаров(услуг), наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего эффективность деятельности предприятия в целом.

Ценовая политика предприятия - это установление (определение) цен, обеспечивающих выживание предприятия в рыночных условиях; включает выбор метода ценообразования, разработку ценовой системы предприятия, выбор ценовых рыночных стратегий и другие аспекты. Существуют три основные цели ценовой политики: обеспечение выживаемости; максимизация прибыли; удержание рынка, табл.1.9.

Таблица 1.9.

Цели ценовой политики предприятия

№п/п	Цели	Характеристика
1	Обеспечение выживаемости (сбыта)	главная цель фирмы, осуществляющей свою деятельность в условиях жесткой конкуренции, когда на рынке много производителей с аналогичными товарами. Важными компонентами данной ценовой политики являются объем сбыта (продаж) и доля на рынке. Для захвата большей доли рынка и увеличения объема сбыта используются заниженные цены.
2	максимизация прибыли	К максимизации прибыли стремятся не только компании, имеющие устойчивое положение на рынке, но и не слишком уверенные в своем будущем фирмы, пытающиеся максимально использовать выгодную для себя конъюнктуру рынка. В этих условиях фирма делает оценку спроса и издержек применительно к разным уровням цен и останавливается на таких ценах, которые обеспечивают максимальную прибыль.
3	Удержание рынка	Удержание рынка состоит в сохранении фирмой существующего положения на рынке или благоприятных условий для своей деятельности.

Ценовой стратегический выбор - это выбор стратегий ценообразования, основанный на оценке приоритетов деятельности фирмы.

Стратегия ценообразования - это возможный уровень, направление, скорость и периодичность изменения цен в соответствии с рыночными целями предприятия. Для классификации ценовых стратегий, ориентированных на спрос, можно использовать несколько критериев, прил.Б.

Сбытовая стратегия – это долго- и среднесрочные решения по формированию и изменению сбытовых каналов, а также процессов физического перемещения товаров во времени и пространстве в рыночных условиях. Сбытовая тактика – мероприятия краткосрочного или разового характера. Задача сбытовой политики – управление конкурентоспособностью товара путем: управлением каналами сбыта (планирование длины, ширины и типа посредников; организация и контроль канала), управлением товародвижением (планирование процессов хранения товаров, процессов грузовой обработки товара, процессов транспортировки; организация и контроль процессов товародвижения). Основные элементы сбытовой политики: транспортировка, хранение, доработка продукции и работа с потребителями.

Стратегия стимулирования сбыта- это всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара и убеждению целевых потребителей покупать его. Комплекс стимулирования сбыта состоит из четырех основных средств воздействия: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа. [8]

Реклама - любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг. Перед рекламой может быть поставлено множество

конкретных задач в области коммуникаций и сбыта. Некоторые из них приведены в табл.1.10.

Таблица 1.10.

Возможные цели рекламы

Вид рекламы по целям	Задачи рекламы
Информативная	Рассказ рынку о новинке или о новых применениях существующего товара + Информирование рынка об изменении цены + Объяснение принципов действия товара + Исправление неправильных представлений или рассеяние опасений потребителя + формирование образа фирмы
Увещательная	Формирование предпочтения к марке + Поощрение к переключению на Вашу марку + Изменение восприятия потребителем свойств товара + Убеждение потребителя совершить покупку не откладывая + Убеждение потребителя в необходимости принять коммивояжера
Напоминающая	Напоминание потребителю о том, что товар может потребоваться им в ближайшем будущем + Напоминание потребителям о том, где купить товар + Удержание товара в памяти потребителей в периоды межсезонья + Поддержание осведомленности о товаре на высшем уровне

Основные носители рекламы:

- реклама в прессе: (газеты; журналы общего назначения; специальные журналы; фирменные бюллетени; в справочниках, в телефонных книгах и др.);
- прямая реклама: по почте (direct mail); лично;
- печатная реклама: престиж-реклама фирмы; проспекты; каталоги; буклеты; плакаты; листовки, открытки, календари;
- радио-реклама;
- экранная реклама: кино; телевидение, видео; слайд-проекция; полиэкран.
- наружная реклама: крупногабаритные плакаты; мультивизированные плакаты; электрофицированная реклама; свободностоящие витрины;
- реклама на транспорте: на наружных поверхностях транспортных средств; в салонах транспортных средств; на вокзалах, станциях метро, аэропортах и т.д.;
- реклама на месте продажи: витрины; вывески, планшеты; упаковка; натурные образцы новинок (готовящихся к выпуску);
- малые формы - сувенирная реклама (авторучки, папки, линейки, часы, бьювары и т.д.).

Стимулирование сбыта- кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара или услуг. Среди целей стимулирования сбыта, различают стратегические, специфические и разовые, табл.1.11.

Таблица 1.11.

Цели стимулирования

№ п/п	Виды целей	характеристика
1	Стратегические	Увеличить число потребителей Увеличить количество товара, покупаемое потребителем Увеличить оборот до показателей, намеченных в плане маркетинга Выполнить показатели плана продаж.
2	Специфические	Ускорить продажу наиболее выгодного товара Повысить оборачиваемость какого-либо товара Избавиться от излишних запасов Придать регулярность сбыту сезонного товара Оказать противодействие возникшим конкурентам Оживить продажу товара, сбыт которого переживает застой Придать товару определенный имидж, сделать его легко узнаваемым.
3	Разовые	Извлечь выгоду из ежегодных событий (Рождество, Новый год и т.д.) Воспользоваться отдельной благоприятной возможностью (годовщина создания фирмы, открытие нового филиала и т.п.) Поддержать рекламную компанию.

Выбор средств стимулирования, в общем, зависит от поставленных целей. Все средства можно объединить в три большие группы:

- ценовое стимулирование (продажа по сниженным ценам, льготные купоны, дающие право на скидку);
- предложения в натуральной форме (премии, образцы товара);
- активное предложение (конкурсы покупателей, игры, лотереи).

Пропаганда ("паблисити") - неличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу или деловую организационную единицу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены.

Личная продажа- устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью совершения продажи.

Эффективность средств стимулирования бывает разной в зависимости от этапа жизненного цикла товара(услуги), прил.Б.

Рассмотренные выше стратегии направлены на развитие внутреннего потенциала компании, усиление ее факторов, обеспечивающих рыночный успех.

В зависимости от направлений развития организации маркетинговые стратегии делятся на четыре основных группы: стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста и стратегии сокращения, табл.1.12. [8]

Таблица 1.12.

**Классификация стратегий в зависимости от направлений развития
организации**

№	понятие	Направления деятельности компании
1	Стратегии концентрированного роста	
	<p>подразумевают деятельность предприятия, направленную на изменение производимого товара или даже рынка, на котором этот товар реализуется. Здесь может быть применена модернизация продукта, поиск нового рынка сбыта и т.д.</p>	<p>-Стратегия усиления положения на рынке. При этом происходит “горизонтальная” деятельность – борьба с конкурентами за долю на рынке.</p> <p>-Стратегия поиска новых рынков для уже существующего вида товара.</p> <p>-Стратегия развития товара.</p>
2	Стратегии интегрированного роста	
	<p>представляют собой деятельность по расширению структуры предприятия. В этом случае рост происходит за счёт “вертикального” развития. Предприятие может начать производить новые продукты или услуги</p>	<p>-Стратегия обратной вертикальной интеграции – влияние и контроль за поставщиками, дилерами, распространителями и дочерними организациями.</p> <p>-Стратегия идущей вперед вертикальной интеграции – влияние на конечных покупателей товара.</p>
3	Стратегии диверсифицированного роста	
	<p>используются в тех случаях, когда предприятие не имеет возможности развиваться на существующем рынке с производимым товаром.</p>	<p>Стратегия центрированной диверсификации базируется на возможности производства нового продукта за счёт уже имеющихся ресурсов или резервов предприятия.</p>
4	Стратегии сокращения	
	<p>применяются, как правило, после долгосрочных периодов развития, и нужны для реорганизации предприятия с целью повышения эффективности его работы.</p>	<p>-Стратегия ликвидации бизнеса – полное прекращение деятельности предприятия.</p> <p>-Стратегия “сбора урожая” – направлена на постепенное сокращение деятельности до нулевого уровня с получением максимально возможной прибыли.</p> <p>-Стратегия сокращения деятельности подразумевает ликвидацию каких-либо подразделений организации с целью получения возможности развития других.</p> <p>-Стратегия уменьшения расходов подразумевает сокращение затрат по всем возможным статьям.</p>

Стратегическое планирование есть систематизированный и логический процесс, основанный на рациональном мышлении. В то же время оно есть искусство прогнозирования, исследования, расчёта и выбора альтернатив.

Резюмируя выше изложенное можно сделать вывод, что основными путями повышения финансового состояния и конкурентоспособности организации являются: разработка стратегических направлений компании, четкое видение целей и миссии, совершенствование маркетинговых стратегий, оптимизация финансовых потоков, автоматизация управления всеми ресурсами предприятия, совершенствование кадровой политики и др. Все это позволяет повышать качество товаров и услуг, позволяет увеличивать товарооборот, снижать себестоимость, а это в свою очередь способствует улучшению финансовых показателей предприятия.

Список использованных источников

- 1) Конституция Российской Федерации. Принята Всенародным голосованием 12.12.93 г.(с изм. и доп.)
- 2) Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. N 402-ФЗ "О бухгалтерском учете". Принят Государственной Думой 22 ноября 2011 года. Одобрен Советом Федерации 29 ноября 2011 года. (вступил в силу с 1 января 2013 г.).
- 3) 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.)
- 4) Приказ Минфина РФ от 2 июля 2010 г. N 66н "О формах бухгалтерской отчетности организаций" (ред. от 04.12.2012)
- 5) Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99) (в ред. Приказов Минфина РФ от 18.09.2006 N 115н, от 08.11.2010 N 142н)
- 6) 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», 2012.-272с.
- 7) Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности: учебно-методический комплекс/Под ред. Л.М. Полковского.- М.: «Финансы и статистика», 2013.- 384с.
- 8) Антикризисное управление: учебное пособие/ Под ред. Э.М. Короткова.- М. : «ИНФРА-М», 2013.- 618с.
- 9) Абрютина, М.С. Экономический анализ торговой деятельности: Учебное пособие, М.: Дело и сервис, 2012г. 508 с.
- 10) Антикризисное управление/под ред. Г.К. Таля, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2012 г.
- 11) «Анализ хозяйственной деятельности предприятий» Савицкая Г.: Учебник- 2 –е изд., испр.-Мн.:ИП «Экоперспектива», 2013 г.-494 с.
- 12) Алексеева М.М. «Планирование деятельности фирмы» Учебно-методическое пособие.- М., 2010г.
- 13) Астахов В.П. Бухгалтерский финансовый учет: Учебное пособие.Серия «Экономика и управление».-М.:ИКЦ «МарТ»., Ростов н./Д: Изд. центр «МарТ»,2011 г.
- 14) Арефкина Е И. Правовые основы бухгалтерского и налогового учета и аудита в Российской Федерации: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: 2011г.

- 15) Бабаев Ю.А. Бухгалтерский учет. Учебник. М.ИНФРА-М, 2012г. – 518 с.
- 16) Безруких П.С. Бухгалтерский учет. Учебное пособие. М.ИНФРА-М, 2010г. – 745 с.
- 17) Бабченко Т.Н., Галанина Е.Н., Козлова Е.П. и др. Бухгалтерский учет.-М.: Финансы и статистика,2011г.
- 18) Бабаев Ю.А. Теория бухгалтерского учета. Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити - Дана, 2009г.
- 19) Баканов М.И., А.Д. Шеремет «Теория экономического анализа» Москва, 2013 г.
- 20) Баканов М.И. Теория экономического анализа : учебник для экон. вузов / М.И. Баканов.- 6-е изд., перераб. и доп.- М. : «Финансы и статистика», 2012.- 415с.
- 21) Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта: учебное пособие / И.Т. Балабанов. - М.: «Финансы и статистика», 2013.- 184с.
- 22) Бланк И.А. Управление торговым предприятием. - М.: ТАНДЕМ, 2012г. 415 с.
- 23) Бочаров В.В. Финансовый анализ : учебное пособие / В.В. Бочаров.- 4-е изд., доп. и перераб.- СПб.: «Питер», 2011.- 218с.
- 24) Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов. - М: Банки и биржи ИО «ЮНИТИ», 2011 г.
- 25) Быкадоров В. А., Алексеев А. Д. Финансово-экономическое состояние предприятия. Практическое пособие. М.: Приор, 2009г.
- 26) Балабанов И.Т. “Финансовый менеджмент”: Учебник.-М.: Финансы и статистика, 2012г.224 с.
- 27) Балабанов И.Т. Электронная коммерция.– СПб: Питер, 2012г.
- 28) Воронов В.В. и др. Общий аудит. Законодательная и нормативная база, практика, рекомендации и методика осуществления — М.: Международная школа управления «Интенсив» РАГС, Издательство «ДИС», 2012 г. — 544 с.
- 29) Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая, вторая и третья).- М. : «ТК Велби», 2012. - 448с.
- 30) Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. – М. 2010г. – 152 с.
- 31) Грузинов В.П., Грибов В.Д. «Экономика предприятия»/ учебное пособие.-М.: Финансы и статистика, 2010 г.-208 с.
- 32) Герчикова И.Н. «Менеджмент»/учебник. Москва. «Банки и биржи» «ЮНИТИ», 2012 г.-501 с.
- 33) Денисов А.Л. Электронная торговля. – СПб: Питер, 2012г.

- 34) Дик В.В., Лужецкий М.Г., Родионов А.Э.: - Электронная коммерция: Москва, 2011г., 300 с.
- 35) Есипов В., Маховикова Г., Терехова В. Оценка бизнеса.- СПб.: Питер, 2013 г.
- 36) Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: методология и практика. - М.: Финансы и статистика, 2012г.
- 37) Ефремова А.А. Типичные бухгалтерские ошибки. – М.: ФБК-Пресс, 2012г, - 263с.
- 38) Жарковская Е.П. Антикризисное управление: Учебник/ Е. П. Жарковская, Б. Е. Бродский. - М.: Омега-Л, 2012.
- 39) Ковалев А.П. Как оценить имущество предприятия.- М.: Финстатинформ, 2013 г.
- 40) Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. — 4-е изд., перераб. и доп. — М: Финансы и статистика, 2012 г.
- 41) Крейнина М.Н. «Финансовое состояние предприятия. Методы оценки».М., 2012 г.
- 42) Комментарии к положениям по бухгалтерскому учету (Отв. Ред. А.С.Бакаев). Юрайт-Издат, 2011г.
- 43) Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет. (Учебное пособие) М.: «Информационное агентство «ИПБ-БИНФА», 2011г.
- 44) Любушин Н. П. Анализ финансового состояния организации. М 2011г.
- 45) Маренков Н. Л. Антикризисное управление/ Н. Л. Маренков, В. В. Касьянов.- М.,Ростов н/Д: Феникс, 2010г.
- 46) Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П., Маркарьян С.Э. Экономический анализ хозяйственной деятельности (Учебное пособие), Ростов-на-Дону: «Феникс», 2009г.
- 47) Налоговый кодекс Российской Федерации //в ред. Федеральных законов от 2013г.
- 48) Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): Учебник/под ред. В.И. Кошкина.-М., 2012 г.
- 49) Орлов Л. В. Как создать электронный магазин в Интернет. – М. Бук-пресс, 2012г. – 384 с.
- 50) «Основы финансового анализа» Кондраков Н.П. Москва. Главбух. 2013г.
- 51) Оценка предприятия: теория и практика: учебное пособие/под ред. В.В. Григорьева, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2012 г.
- 52) Орехов В. И. Антикризисное управление: Учеб. пособие/ В. И. Орехов.- М.: ИНФРА-М, 2012.

- 53) Рейтинг онлайн-проектов по версии Forbes [электронная версия]. Дата публикации: 04.03.2013. Ресурс:[predprinimatel.ru]
- 54) Развитие электронного рынка в России в ближайшие годы. [электронная версия] Дата публикации: 10.01.2013. Ресурс:[predprinimatel.ru]
- 55) Станиславчик Е. Н. Анализ финансового состояния неплатежеспособных предприятий/ Е. Н. Станиславчик.- М.: Ось-89, 2009.
- 56) Шеремет А.Д., Д.Е. Сейфулин «Методика финансового анализа предприятия». М., 2012 г.
- 57) Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебное пособие д/вузов / Л.Н. Чечевицына, И.Н. Чуев. Ростов н/Д: Феникс, 2012г.
- 58) Экономика предприятия: Учебник для вузов/ Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля. - М.:Банки и биржи, Юнити, 2011г.
- 59) Экономика предприятия»: Учебник/под ред. Проф. О.И. Волкова. - М.: ИНФРА-М, 2013 г.-416 с.
- 60) Электронная коммерция [электронная версия]// Ресурс:[vcommerce.ru]
- 61) Электронный рынок растёт[электронная версия]. Дата публикации: 31.01.2013.// Ресурс:[predprinimatel.ru]

Приложения