Содержание

[Введение 4](#_Toc279587943)

[Глава 1. Общие понятия и характеристики 5](#_Toc279587944)

[1.1. Сущность категории «стратегия» 5](#_Toc279587945)

[1.2. Понятие категории «финансы предприятия» 5](#_Toc279587946)

[Глава 2. Финансовый анализ хозяйственной деятельности организации на примере ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» 5](#_Toc279587947)

[2.1. Сущность и назначение финансового анализа 5](#_Toc279587948)

[2.2. Методы и инструментарий финансового анализа 5](#_Toc279587949)

[2.3. Общая оценка финансового состояния организации и изменений ее финансовых показателей за отчетный период 5](#_Toc279587950)

[2.4. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости 5](#_Toc279587951)

[2.5. Анализ кредитоспособности и ликвидности баланса организации 5](#_Toc279587952)

[2.6. Анализ финансовых результатов 5](#_Toc279587953)

[2.7. Общая характеристика ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» 5](#_Toc279587954)

[Глава 3. Организация разработки финансовой стратегии 5](#_Toc279587956)

[Заключение 5](#_Toc279587957)

[Список литературы 5](#_Toc279587958)

# 

# Введение

Являясь частью общей стратегии экономического развития предприятия, финансовая стратегия носит по отношению к ней подчиненный характер и должна быть согласована с ее целями и направлениями. Вместе с тем финансовая стратегия сама оказывает существенное влияние на формирование общей стратегии экономического развития предприятия.

Это связано с тем, что основная цель общей стратегии – обеспечение высоких темпов экономического развития и повышение конкурентной позиции предприятия связано с тенденциями развития соответствующего товарного рынка (потребительского или факторов производства).

Целью моей курсовой работы является рассмотрение теоретического аспекта финансовой стратегии, ее составляющих ( категория «стратегия» и категория «финансы предприятия»),проведение финансового анализа предприятия на основе отчетности (форма №1 и форма №2). Финансовый анализ состояния предприятия производится на основе финансовой отчетности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», а так же рассмотреть методы разработки финансовой стратегии.

Исходя из поставленных целей, можно сформировать задачи:

1. рассмотреть теоретические аспекты финансовой стратегии;
2. провести предварительный обзор баланса;
3. проанализировать имущества предприятия и дать его характеристику;
4. анализ источников средств предприятия;
5. оценка ликвидности и финансовой устойчивости;
6. анализ рентабельности;
7. изучить организацию разработки финансовой стратегии.

Объектом исследования курсовой работы является ОАО «Воронежская кондитерская фабрика».

Предметом исследования является финансовая деятельность ОАО «Воронежская кондитерская фабрика».

При проведении данного анализа были использованы следующие приемы и методы:

* горизонтальный анализ;
* вертикальный анализ,
* коэффициентный анализ,
* сравнительный анализ.

Для решения вышеперечисленных задач была использована бухгалтерская отчетность на 1 января 2009 года ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», а именно:

- бухгалтерский баланс (форма № 1),

- отчет о прибылях и убытках (форма № 2).

Практическая значимость дипломной работы заключается в том, что разработанные пути совершенствования можно практически использовать для повышения эффективности финансовой деятельности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика».

# Глава 1. Общие понятия и характеристики

## Сущность категории «стратегия»

Термин «стратегия» стал употребляться в менеджменте в 1960-х годах, по-видимому, под влиянием книги И. Ансоффа.



Дж. О'Шонесси под стратегией понимает способ использования ресурсов . Поскольку способ использования ресурсов задается в бюджете организации, постольку получается, что стратегия — это бюджетное планирование. Аналогично определяет это понятие и П. Дойль: «Стратегия — это комплекс принимаемых менеджментом решений по размещению ресурсов предприятия».



Однако такое понимание противоречит практике употребления этого слова как в менеджменте, так и в обыденном языке. Существует немало стратегических вопросов, не имеющих прямого отношения к размещению ресурсов.

Иное определение этому понятию дает А. Чандлер: «Стратегия — это определение основных долгосрочных целей предприятия, курса действия и распределения ресурсов» .

Но если стратегия — это определение целей, то что же такое целеполагание? Р. Олдкорн не дает четкого определения, но из контекста его книги выясняется, что он понимает под стратегией «способ достижения наших целей» .



Но это скорее тактика, чем стратегия. Согласно общепринятому словоупотреблению стратегия определяет, куда, в каком направлении двигаться, куда держать курс. А тактика определяет, как, каким способом двигаться, какие конкретные действия предпринимать.

Слово «стратегический» в современном менеджменте используется в двух значениях:

1. стратегический значит «имеющий длительную временную перспективу»; в таком значении это слово употребляется в теории планирования, когда планы разделяют на стратегические (или перспективные) и тактические (или текущие), а также в теории принятия решений, где планы делятся на стратегические и оперативно-тактические;
2. стратегический значит относящийся к генеральному пути движения к цели или задающий направление (курс, маршрут) движения к цели; в таком значении это слово используется в учении о различных стратегиях организации — одни придерживаются стратегии становления (на первоначальном этапе своего развития), другие — стратегии выживания и т.д.

Стратегия — это определение генерального пути (направления, курса) движения к долговременной цели. Такое понимание термина схватывает оба значения прилагательного «стратегический».

Тактика — это способ движения по генеральному пути к цели, то есть форма реализации стратегии.

В литературе из-за смешения понятий «стратегия» и «тактика» отсутствует внятная классификация этих явлений. Тактические задачи «рост», «расширение» и «диверсификация» представляются в качестве самостоятельных стратегий, причем без четкого различения и выделения их видов. А стратегия экспансии не называется вовсе. Выделены только виды диверсификации. Нельзя эти тактики (или тактические задачи) называть стратегиями хотя бы потому, что существуют фирмы, которые одновременно используют и расширение рынка, и расширение производства, и рост. Но на данном этапе развития фирмы стратегия может быть только одна, ибо, идя к цели, невозможно двигаться в разных направлениях. Генеральный путь или курс движения к цели может быть только один. В то же время, реализуя единую стратегию экспансии, можно одновременно прибегать к различным тактикам или (что то же самое) одновременно решать несколько разных тактических задач .



Стратегию компании можно рассматривать на трех уровнях: корпоративная стратегия, или стратегия совокупности направлений бизнеса; конкурентная стратегия, или стратегия по отдельным направлениям бизнеса; функциональная стратегия, или стратегия внутри какого-либо направления бизнеса.

Корпоративная стратегия – это определение ценностей фирмы, находящих выражение в финансовых и других целях. Она покоится на выявлении, создании или приобретении ключевых ресурсов и производственных возможностей и влечет за собой решения о том, в каких отраслях фирма намерена конкурировать и как будут связаны между собой разные направления бизнеса. Корпоративная стратегия устанавливает порядок распределения ресурсов между разными направлениями бизнеса, и в силу этого возникает ясность, что следует делать, а от чего нужно отказаться.

Конкурентная стратегия определяет то, как компания намерена конкурировать в определенной отрасли. Конкурентная стратегия заключается в том, каким образом компания создает себе выгодное положение в отрасли. Сюда входит определение (явное или неявное) группы потребителей, на которых нацелена компания, и методов продвижения к ним товаров и услуг. Но конкурентная стратегия есть нечто большее, чем видение потребителей и методов маркетинга. Это также комбинация определенных видов деятельности и процессов, которые позволят фирме привлечь и удержать намеченную группу клиентов. Таким образом, стратегия предполагает и согласование различных направлений деятельности компании, благодаря которому все предпринимаемые усилия служат последовательному укреплению потенциальных преимуществ компании на рынке.

Функциональная стратегия – маркетинговая стратегия, финансовая, производственная, технологическая и стратегия исследований и разработок – усиливают конкурентную стратегию компании и определяют виды деятельности и процессы, позволяющие извлекать из них пользу. Подробное описание и анализ функциональных стратегий помогают выяснить, как и в какой степени они соответствуют конкурентной, и дают возможность сосредоточиться на координации различных функций.

Многоуровневость понятия стратегии заключается в том, что оно становится понятным постепенно. В качестве образа можно использовать проявление фотографии. Вначале фотобумага белая, затем проявляются некоторые черты, затем становится понятным кто и что на фотографии, а потом появляются детали. Это понятие стратегии можно распутать, если начать с того, что она уникальна для каждого предприятия также, как отпечатки пальцев для человека. Поэтому она не может быть просто скопирована другим предприятием. Страх, что кто-то её может скопировать, означает, что это не стратегия, а технология. У каждого предприятия есть что-то особенное, что отличает его от всех остальных. Если стратегия построена на этой особенности, то её нельзя скопировать. Выдать чужую стратегию за свою не получится потому, что она не будет соответствовать потенциалу предприятия.

## Понятие категории «финансы предприятия»

Финансы предприятия – это система денежных отношений, возникающих в результате его производственно-хозяйственной деятельности.

Финансы предприятий с материальной точки зрения представляют собой денежные накопления предприятий или финансовые ресурсы. Финансовая наука изучает не ресурсы как таковые, а отношения, возникающие на основе образования и использования этих ресурсов .



Сферы проявления финансовых отношений:

1. отношения между предприятиями по поставкам сырья, материалов, комплектующих изделий, реализации продукции и услуг;
2. отношения между предприятиями и банками, возникающие при получении и погашении кредита, при покупке и продаже валюты, по расчётам за банковские услуги;
3. отношения со страховыми компаниями и организациями по страхованию имущества, коммерческих и финансовых рисков;
4. отношения с товарными, сырьевыми, фондовыми биржами по операциям с производственными активами;
5. отношения с инвестиционными фондами и компаниями по размещению инвестиций, приватизации;
6. отношения с филиалами и дочерними фирмами;
7. отношения с персоналом по выплате заработной платы, дивидендов, с акционерами, если они не являются членами трудового коллектива;
8. отношения с налоговой службой при уплате налогов, с аудиторскими фирмами, с внебюджетными организациями;

Общим элементом перечисленных денежных отношений является то, что они:

1. выражаются в денежной форме;
2. представляют собой совокупность платежей и поступлений.

Функции и принципы финансов

Воспроизводственная функция – состоит в обслуживании денежными ресурсами кругооборота основного и оборотного капитала в процессе коммерческой деятельности предприятия на основе формирования и использования денежных доходов и накоплений.

Распределительная функция – суть этой функции заключается в том, чтобы обеспечить оптимальные пропорции распределения прибыли (дохода) между предприятиями и государством, между различными фондами предприятий.

Контрольная функция – это финансовый контроль за производственно-хозяйственной деятельностью предприятия с точки зрения потребления и расходов производственных ресурсов, а также контроля взаимоотношений предприятия с банками, государством и др. предприятиями.

В процессе создания своих целевых денежных накоплений руководство предприятия должно ориентироваться на следующие принципы:

* жёсткая централизация финансовых ресурсов – обеспечивает быструю манёвренность финансов и их концентрацию на приоритетных направлениях развития предприятия;
* финансовое планирование – это распределение денежных доходов предприятия на перспективу по основным направлениям их расходования;
* формирование финансовых резервов, обеспечивающих финансовую устойчивость предприятия и смягчающих риск в условиях колебания рыночной конъюнктуры;
* безусловное выполнение финансовых обязательств перед государством и партнёрами;
* достижение самоокупаемости самофинансирования.

Самоокупаемость – это способность предприятия покрывать свои расходы (затраты) результатами производства. В процессе достижения самоокупаемости решаются 2 проблемы:

1. борьба с убыточностью;
2. повышение прибыльности.

Самофинансирование – это способность предприятия из заработанных средств не только возмещать свои затраты, но и финансировать расширение производства и решение социальных задач. Источником самофинансирования является остаточная (чистая) прибыль и амортизационные отчисления.

Эти принципы являются основой финансовой стратегии предприятия и воплощаются в финансовом менеджменте.

# Глава 2. Финансовый анализ хозяйственной деятельности организации на примере ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

## 2.1. Сущность и назначение финансового анализа

Одно из важнейших условий успешного управления финансами организации — проведение анализа его финансового состояния. Финансовое состояние организациихарактеризуется совокупностью показателей, отражающих процесс формирования и использования его финансовых средств. В рыночной экономике финансовое со­стояние организации по сути дела отражает конечные результаты его деятельности. Именно конечные результаты деятельности орга­низации интересуют собственников (акционеров) организации, его деловых партнеров, налоговые органы. Все это предопределяет важность проведения анализа финансового состояния экономиче­ского субъекта и повышает его роль в экономическом процессе.

Анализ финансового состояния — непременный элемент как финансового менеджмента в организации (на предприятии), так и его экономических взаимоотношений с партнерами, финансово-кредитной системой .



Цели финансового анализа:

* выявление изменений показателей финансового состояния;
* определение факторов, влияющих на финансовое состояние;
* оценка количественных и качественных изменений финансо­вого состояния;
* оценка финансового положения на определенную дату;
* определение тенденций изменения финансового состояния организации.

Группы потребителей*,* которым необходимы результаты анализа финансового состояния:

* менеджеры организаций и в первую очередь финансовые ме­неджеры. Невозможно руководить организацией, принимать хозяйственные решения, не зная его финансового состояния. Для менеджеров важна оценка эффективности принимаемых ими решений, используемых в хозяйственной деятельности ресурсов и полученных финансовых результатов;
* собственники(в том числе акционеры). Им важно знать отда­чу от вложенных в предприятие средств, прибыльность пред­приятия, а также уровень экономического риска и вероят­ность потери своих капиталов;
* кредиторы и инвесторы. Их интересует оценка возможности возврата выданных кредитов и возможности предприятия реализовать инвестиционную программу;
* поставщики. Для них важна оценка оплаты поставленной продукции, выполненных услуг и работ.

Главная информационная база для проведения анализа финан­сового состояния — бухгалтерская отчетность. В первую очередь это баланс (ф. N° 1), «Отчет о прибылях и убытках» (ф. № 2), «Отчет о движении денежных средств» (ф. № 4), приложение к балансу (ф. № 5).

Одна из важных функций финансового менеджера — консуль­тирование руководства предприятия по финансовым вопросам. Од­нако такое консультирование немыслимо без тщательного анализа финансовых показателей. Только на основе финансового анализа, выявления сильных и слабых сторон в финансовом состоянии предприятия можно наметить меры по его укреплению или выходу из сложной финансовой ситуации. Именно поэтому каждый фи­нансовый менеджер должен знать технологию проведения финан­сового анализа предприятия, уметь делать на его основе необходи­мые выводы, разрабатывать и предлагать руководству предприятия меры по улучшению его финансового состояния.

При проведении аналитической работы финансовый менеджер может как воспользоваться программными средствами, что гораздо эффективнее, так и провести расчеты вручную. Алгоритм, заложен­ный в основу проведения анализа финансового положения пред­приятия, в том и в другом случае основан на взаимосвязях баланса с другими формами отчетности.

В силу того что большинство аналитических процедур формали­зованы, финансовый менеджер при их проведении может применить специальное программное обеспечение. В настоящее время разработ­кой специальных аналитических программ занимается ряд фирм. Анализ финансового состояния предприятия включает этапы:

* 1. предварительной (общей) оценки финансового состояния предприятия и изменений его финансовых показателей за отчет­ный период;
  2. анализа платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия;
  3. анализа кредитоспособности предприятия и ликвидности его баланса;
  4. анализа оборачиваемости оборотных активов;
  5. анализа финансовых результатов предприятия;
  6. анализа потенциального банкротства предприятия.

## Методы и инструментарий финансового анализа

Для проведения анализа финансового состояния предприятия используются определенные методы и инструментарии.

Наиболее простой метод - сравнение, когда финансовые по­казатели отчетного периода сравниваются либо с плановыми, либо с показателями за предыдущий период (базисными). При сравне­нии показателей за разные периоды необходимо добиться их сопос­тавимости, т.е. показатели следует пересчитать с учетом однородно­сти составных элементов, инфляционных процессов в экономике, методов оценки и др.

Следующий метод — группировки. Показатели группируются и сводятся в таблицы, что дает возможность проведения аналити­ческих расчетов, выявления тенденций развития отдельных явле­ний и их взаимосвязи, выявления факторов, влияющих на изме­нение показателей.

Метод цепных подстановок, или элиминирования, заключает­ся в замене отдельного отчетного показателя базисным, все осталь­ные показатели остаются неизменными. Этот метод дает возмож­ность определить влияние отдельных факторов на совокупный фи­нансовый показатель.

В качестве инструментария для финансового анализа широко используются финансовые коэффициенты — относительные показа­тели финансового состояния предприятия, которые выражают от­ношение одних абсолютных финансовых показателей к другим. Финансовые коэффициенты используются:

* для количественной характеристики финансового состояния;
* для сравнения показателей финансового состояния конкретно­го предприятия с аналогичными показателями других предпри­ятий или среднеотраслевыми показателями;
* для выявления динамики развития показателей и тенденций изменения финансового состояния предприятия;
* для определения нормальных ограничений и критериев раз­личных сторон финансового состояния.

Так, в соответствий с Постановлением Правительства Россий­ской Федерации № 498 от 20.05.94 «О некоторых мерах по реали­зации законодательства о несостоятельности (банкротстве) пред­приятий» введена система критериев для определения неудовле­творительной структуры баланса неплатежеспособных предпри­ятий. К. таким критериям относятся коэффициент текущей лик­видности, коэффициент обеспеченности собственными оборотны­ми средствами, коэффициент восстановления (утраты) платеже­способности. Определены их нормальные ограничения — пре­дельные размеры .



Для финансового анализа предприятия применяются опреде­ленные алгоритмы и формулы. Основной информационный источ­ник для такого анализа — бухгалтерский баланс. В целях удобства работы, сокращения места и времени для написания формул, применяемых при анализе, целесообразно показатели бухгалтерского баланса и другие финансовые показатели записывать, используя следующие условные обозначения: Показатели бухгалтерского баланса

1. Внеоборотные активы —



1. Оборотные активы —



1. Запасы — З
2. Дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вло­жения, денежные средства и прочие активы — Д
3. Краткосрочные финансовые вложения и денежные средства — В,
4. Капитал и резервы — К
5. Долгосрочные обязательства (долгосрочные кредиты и займы) —. Краткосрочные обязательства —



1. Краткосрочные кредиты и займы — М
2. Кредиторская задолженность и прочие пассивы — Н
3. Валюта баланса — Б

Расчетные финансовые показатели

1. Величина собственных оборотных средств —



1. Общая величина основных источников формирования затрат и запасов—



1. Излишек или недостаток собственных оборотных средств —



1. Излишек или недостаток общей величины основных источни­ков формирования запасов и затрат –



1. Источники, ослабляющие финансовую напряженность, — И0

## 2.3. Общая оценка финансового состояния организации и изменений ее финансовых показателей за отчетный период

Этот вид финансового анализа предназначен для выявления об­шей характеристики финансовых показателей предприятия, опреде­ления их динамики и отклонений за отчетный период.

Анализ начинается с определения по данным бухгалтерского ба­ланса значений следующих основных финансовых показателей:

* стоимости имущества предприятия — выражается величиной показателя итога бухгалтерского баланса;
* стоимости внеоборотных активов — выражается итоговой строкой раздела I бухгалтерского баланса;
* величины оборотных активов — выражается итоговой строкой раздела II баланса;
* величины собственных средств — выражается итоговой строкой раздела IV баланса;
* величины заемных средств — выражается суммой показателей баланса, отражающих долгосрочные и краткосрочные креди­ты и займы.

Для проведения анализа изменений основных финансовых по­казателей рекомендуется составить сравнительный аналитический баланс, в который включаются основные агрегированные показате­ли бухгалтерского баланса.

Сравнительный аналитический баланс позволяет упростить ра­боту по проведению горизонтального и вертикального анализа ос­новных финансовых показателей предприятия. Горизонтальный ана­лиз дает характеристику изменений показателей за отчетный пери­од, а вертикальный — характеризует удельный вес показателей в общем итоге (валюте) баланса предприятия. Форма такого баланса показана в таблицах 1 и 2.

Изменения удельных весов величин статей баланса за отчетный период рассчитываются по формуле:

,



где - статья аналитического баланса;



- показатели статьи аналитического баланса соответственно на начало и конец периода.



Изменения статей баланса в процентах к величинам на начало года рассчитывают по формуле:

;



изменения статей баланса в процентах к изменению итога аналити­ческого баланса — по формуле:

.



Полученные показатели структурных изменений позво­ляют выявить, за счет каких источников менялись активы предприятия.

В целях углубления анализа финансовых показателей предприятия сравнительные аналитические таблицы могут составляться также для конкретных показателей, например для основных средств, запасов и тп.

Таблица 1 – Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | На начало года | На конец года | Изменение | Темп изменения, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Внеоборотные активы | | | | |
| Нематериальные активы | 1502 | 1772 | 270 | 17,98 |
| Основные средства | 163185 | 204546 | 41361 | 25,35 |
| Незавершенное строительство | 18549 | 12902 | -5647 | -30,44 |
| Продолжение таблицы 1. | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Доходные вложения в материальные ценности:   * Долгосрочные финансовые вложения * Отложенные налоговые активы |  | | | |
| 63 | 80241 | 80178 | 127266,7 |
| 906 | 1075 | 169 | 18,65 |
| Прочие внеоборотные активы | 401 | 6 | -395 | 98,5 |
| Итого по разделу I | 184606 | 300542 | 115936 | 62,8 |
| 1. Оборотные активы | | | | |
| Запасы | 178774 | 182259 | 3485 | 1,95 |
| НДС по приобретенным ценностям | 1343 | 1499 | 156 | 11,62 |
| Дебиторская задолженность до 1 года | 39617 | 109034 | 69417 | 175,22 |
| Денежные средства | 45418 | 51442 | 6024 | 13,26 |
| Итого по разделу II | 354352 | 344236 | -10116 | -2,85 |
| Баланс | 538958 | 644778 | 105820 | 19,63 |
| 1. Капитал и резервы | | | | |
| Итого по разделу III | 381494 | 450431 | 68937 | 18,07 |
| 1. Долгосрочные обязательства | | | | |
| Итого по разделу IV | 5758 | 6562 | 804 | 13,96 |
| 1. Краткосрочные обязательства | | | | |
| Итого по разделу V | 151706 | 187785 | 36079 | 23,78 |
| Баланс | 538958 | 644778 | 105820 | 19,63 |

Таблица 2 – Вертикальный анализ бухгалтерского баланса ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | На начало года | На конец года | Изменение | Темп изменения, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Внеоборотные активы | | | | |
| Нематериальные активы | 0,28 | 0,27 | -0,01 | -4,6 |
| Основные средства | 30,28 | 31,72 | 1,44 | 4,8 |
| Незавершенное строительство | 3,44 | 2,00 | -1,44 | -41,9 |
| Доходные вложения в материальные ценности:   * Долгосрочные финансовые вложения * Отложенные налоговые активы |  | | | |
| 0,01 | 12,45 | 12,44 | 124400 |
| 0,17 | 0,17 | 0 | 0 |
| Продолжение таблицы 2. | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Прочие внеоборотные активы | 0,07 | 0,001 | -0,069 | -98,6 |
| Итого по разделу I | 34,25 | 46,61 | 12,36 | 36,09 |
| 1. Оборотные активы | | | | |
| Запасы | 33,17 | 28,27 | -4,9 | -14,8 |
| НДС по приобретенным ценностям | 0,25 | 0,23 | -0,02 | -8 |
| Дебиторская задолженность до 1 года | 7,35 | 16,91 | 9,56 | 130,06 |
| Краткосрочные финансовые вложения | 16,55 | - | - | - |
| Денежные средства | 8,43 | 7,98 | -0,45 | -5,34 |
| Прочие оборотные активы | - | 0,0003 | - | - |
| Итого по разделу II | 65,75 | 53,39 | -12,36 | -18,80 |
| 1. Капитал и резервы | | | | |
| Итого по разделу III | 70,78 | 69,86 | -0,92 | -1,30 |
| 1. Долгосрочные обязательства | | | | |
| Итого по разделу IV | 1,07 | 1,02 | -0,05 | -4,7 |
| 1. Краткосрочные обязательства | | | | |
| Итого по разделу V | 28,15 | 29,12 | 0,97 | 3,45 |

## 2.4. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости

Финансовая устойчивость организации (предприятия) внешне проявляется через его платежеспособность. Предприятие считает­ся платежеспособным, если имеющиеся у него денежные средства, краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги, временная финансовая помощь другим предприятиям) и активные расчеты (расчеты с дебиторами) покрывают его краткосрочные обязатель­ства. Платежеспособность предприятия можно выразить в виде следующего неравенства:



Экономическая сущность финансовой устойчивости предпри­ятия заключается в обеспеченности его запасов и затрат источни­ками их формирования.

Для анализа финансовой устойчивости необходимо рассчитать такой показатель, как излишек (или недостаток) средств для фор­мирования запасов и затрат, который определяется как разница между размерами источников средств и запасов. Поэтому для ана­лиза прежде всего надо определить размеры источников средств, имеющихся у предприятия для формирования его запасов и затрат.

В целях характеристики источников средств для формирования запасов и затрат используются показатели, отражающие различную степень охвата видов источников. В их числе:

* наличие собственных оборотных средств ( рассчитывается по формуле:



* общий размер основных источников формирования запасов и затрат (:



На основании перечисленных показателей рассчитываются показатели обеспеченности запасов и затрат источниками их форми­рования:

* излишек (+) или недостаток (—) собственных оборотных средств (:



* излишек (+) или недостаток (—) общего размера основных ис­точников для формирования запасов и затрат ():



По степени финансовой устойчивости предприятия возможны четыре типа ситуаций:

* 1. Абсолютная устойчивость — возможна при условии



* 1. Нормальная устойчивость — возможна при условии



* 1. Неустойчивое финансовое состояние связано с нарушением платежеспособности и возникает при условии



где — источники, ослабляющие финансовую напряженность (вре­менно свободные собственные средства, привлеченные сред­ства и прочие заемные средства).



* 1. Кризисное финансовое состояние:



Расчет указанных показателей позволяет выявить финансовую ситуацию, в которой находится предприятие, и получить качест­венную характеристику его финансового состояния.

Таблица 3 – Анализ платежеспособности финансовой устойчивости ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | На начало года | На конец года |
| Платежеспособность |  |  |
| Показатели, отражающие различную степень охвата видов источников средств для формирования запасов и затрат | | |
| Наличие собственных оборотных средств () | 196888 | 149889 |
| Общий размер основных источников формирования запасов и затрат () | 196888 | 149889 |
| Показатели, обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования | | |
| Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств ( | 18114 | - 32370 |
| Продолжение таблицы 3. | | |
| 1 | 2 | 3 |
| Излишек (+) или недостаток (-) общего размера основных источников для формирования запасов и затрат() | 18114 | -32370 |
| По степени финансовой устойчивости предприятия возможны четыре типа ситуаций | | |
| 1. Абсолютная устойчивость | 178774<196888 | 182259>1 |
| 1. Нормальная устойчивость | 178774≠196888 | 182259≠149889 |
| 1. Неустойчивое финансовое состояние связано с нарушением платежеспособности | - | - |
| 1. Кризисное финансовое состояние | 178774<196888 | 182259>149889 |

Из таблицы видно, что на начало отчетного периода ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» является платежеспособным предприятием, с излишком собственных оборотных средств, что характеризует финансовую устойчивость предприятия как абсолютную. На конец года ситуация резко меняется в худшую сторону: предприятие становится не платежеспособным, финансовое состояние оценивается как кризисное.

Кроме того, для получения количественных характеристик, фи­нансовой устойчивости предприятия используются следующие финансовые коэффициенты:

• коэффициент автономии рассчитывается как отношение раз­мера источника собственных средств (капитала) к итогу (ва­люте) баланса:



Нормальное ограничение (оптимальное значение) этого коэф­фициента оценивается на уровне 0,5, т.е. . Коэффициент показывает долю собственных средств в общем объеме ресурсов предприятия. Чем выше эта доля, тем выше финансовая независи­мость (автономия) предприятия;



* коэффициент финансирования рассчитывается как отношение собственных источников к заемным:

Нормальное ограничение —. Коэффициент показывает, какая часть деятельности предприятия финансируется за счет соб­ственных средств;



* коэффициент обеспеченности собственными оборотными сред­ствами рассчитывается как отношение собственных оборот­ных средств к общим оборотным средствам:



Нормальное ограничение — . Коэффициент показывает наличие собственных оборотных средств, необходимых для финан­совой устойчивости;



• коэффициент маневренности рассчитывается как отношение собственных оборотных средств к общему капиталу:



Нормальное ограничение —. Коэффициент показывает, какая часть собственных средств вложена в наиболее мобильные активы. Чем выше доля этих средств, тем больше у предприятия возможности для маневрирования своими средствами.

Если у предприятия расчетные коэффициенты ниже, чем пре­дельные ограничения указанных коэффициентов, то это также сви­детельствует о его неустойчивом финансовом состоянии.

Анализ финансового состояния предприятия не является са­моцелью. Главное его назначение для многих предприятий — выявление факторов и причин, оказавших негативное влияние на финансовое состояние, и на этой основе разработка мер по его улучшению.

Поэтому основная задача финансового менеджера состоит в выявлении им таких факторов и подготовке для предприятия вариантов предложе­ний, реализация которых позволит улучшить финансовое положение.

Одно из преимуществ приведенной технологии финансового анализа — поэлементный разрез финансовых показателей, характе­ризующих степень финансовой устойчивости (абсолютную устойчи­вость, нормальную устойчивость, неустойчивое, кризисное финан­совое состояние).

По сути каждый составной элемент формул, характеризующих финансовое состояние предприятия, оказывает влияние на степень его финансовой устойчивости. Поэтому целесообразно рассмотреть каждый из этих элементов с позиции либо устранения его негатив­ного воздействия, либо усиления его роли в улучшении финансово­го состояния. Так, для улучшения финансового состояния предпри­ятия надо добиться либо снижения размера запасов и затрат, либо увеличения собственных оборотных средств или кратко­срочных кредитов. Например, для снижения запасов и затрат можно предложить инвентаризацию запасов для выявления в них неликвидных, не нужных предприятию, но отягощающих его ба­ланс; либо разработку мер по снижению потребности в этих запасах и утратах, в том числе за счет снижения материалоемкости, энер­гоемкости производства, и другие меры.

Для увеличения размера собственных оборотных средств нужно рассмотреть элементы формулы расчета таких средств (капитал, внеоборотные активы) и искать пути увеличения собственных обо­ротных средств либо за счет роста капитала (увеличение уставного капитала, эмиссии акций и др.), либо за счет снижения внеоборот­ных активов и др.

Набор таких предложений, полученных от финансового ме­неджера руководителем предприятия, позволит последнему вы­брать наиболее реальный и доступный вариант для решения фи­нансовых проблем.

Таблица 4 – Финансовые коэффициенты

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование коэффициента | На начало года | На конец года | Изменение | Темп изменения, % |
| Коэффициент автономии | 0,71 | 0,70 | -0,01 | -1,4 |
| Коэффициент финансирования | 66,25 | 68,64 | 2,39 | 3,6 |
| Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами | 0,56 | 0,44 | -0,12 | -21,43 |
| Коэффициент маневренности | 0,52 | 0,33 | -0,19 | -36,54 |

Почти все финансовые коэффициенты на начало года значительно выше нормы, но в конце года финансовое состояние анализируемого предприятия становится неустойчивым.

## 2.5. Анализ кредитоспособности и ликвидности баланса организации

В процессе взаимоотношений организации с кредитной систе­мой, а также с другими организациями постоянно возникает необ­ходимость в проведении анализа кредитоспособности заемщика. Кредитоспособность — это способность предприятия своевременно и полностью рассчитаться по своим долгам. Анализ кредитоспособ­ности проводят как банки, выдающие кредиты, так и предприятия, стремящиеся их получить.

Потребность в анализе ликвидности баланса возникает в условиях рынка в связи с усилением финансовых ограничений и необходимостью оценки кредитоспособности предприятия. Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств. Ликвидность активов - величина, обратная ликвидности баланса по времени превращения активов в денежные средства. Чем меньше требуется времени, чтобы данный вид активов обрел денежную форму, тем выше его ликвидность. Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности и расположенных в порядке убывания ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания сроков. Приводимые ниже группировки осуществляются по отношению к балансу.

В зависимости от степени ликвидности, т.е. скорости превращения в денежные средства, активы предприятия разделяются на следующие группы:

– наиболее ликвидные активы - денежные средства предприятия и краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги).



– быстро реализуемые активы - дебиторская задолженность сроков погашения в течение 12 месяцев и прочие оборотные активы.



медленно реализуемые активы - запасы за исключением «расходов будущих периодов».



труднореализуемые активы - статьи раздела I актива баланса «Основные средства и иные внеоборотные активы».



Пассивы баланса группируются по степени срочности их оплаты:

наиболее срочные обязательства - кредиторская задолженность стр. 620 и 670 раздела V пассива баланса.



краткосрочные пассивы - краткосрочные кредиты и заемные средства.



долгосрочные пассивы - долгосрочные кредиты и заемные средства.



постоянные пассивы - статьи раздела III пассива баланса.



Для определения ликвидности баланса надо сопоставить прове­денные расчеты групп активов и групп обязательств. Баланс счита­ется ликвидным при следующих соотношениях групп активов и обязательств:



Сравнение первой и второй групп активов (наиболее ликвидных активов и быстро реализуемых активов) с первыми двумя группами пассивов (наиболее срочные обязательства и краткосрочные пасси­вы) показывает текущую ликвидность, т.е. платежеспособность или неплатежеспособность предприятия в ближайшее к моменту прове­дения анализа время.

Сравнение же третьей группы активов и пассивов (медленно реа­лизуемых активов с долгосрочными обязательствами) показывает перспективную ликвидность, т.е. прогноз платежеспособности пред­приятия.

Для удобства проведения анализа ликвидности баланса и оформления его результатов составляется таблица анализа лик­видности баланса. Применительно к данным анализируемого мною предприятия в ней представлены следующие показатели:

Таблица 5 – Анализ кредитоспособности ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | На начало года | На конец года |
| Активы | | |
|  | 134618 | 51442 |
|  | 39617 | 109034 |
|  | 180117 | 183760 |
|  | 184606 | 300542 |
| Пассивы | | |
|  | 151706 | 187785 |
|  | - | - |
|  | 5758 | 6562 |
|  | 381494 | 450431 |

Ликвидность предприятия определяется и с помощью финансо­вых коэффициентов:

* коэффициент абсолютной ликвидности рассчитывается как от­ношение наиболее ликвидных активов к сумме наиболее срочных обязательств и краткосрочных пассивов (сумма кре­диторской задолженности и краткосрочных кредитов):

Нормальное ограничение —0,2. Коэффициент пока­зывает, какая часть текущей задолженности может быть погашена в ближайшее к моменту составления баланса время;

* коэффициент покрытия или текущей ликвидности рассчитывает­ся как отношение всех оборотных средств (за вычетом расхо­дов будущих периодов) к сумме срочных обязательств (сумма кредиторской задолженности и краткосрочных кредитов):



Нормальное ограничение — КТ л > 2. Коэффициент показывает, в какой степени текущие активы покрывают краткосрочные обяза­тельства.

Таблица 6 – Коэффициенты ликвидности

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование коэффициента | На начало года | На конец года | Изменение | Темп изменения, % |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,89 | 0,27 | -0,62 | -69,7 |
| Коэффициент текущей ликвидности | 2,34 | 1,83 | -0,51 | -21,79 |

Проанализировав ликвидность предприятия, приводимого в ка­честве примера, можно сделать следующее заключение.

На конец и на начало года его нельзя признать ликвид­ным, так как одно из соотношений групп активов и пассивов не отвечает условиям абсолютной ликвидности баланса (наиболее лик­видные активы меньше наиболее срочных обязательств).

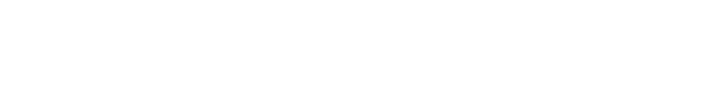
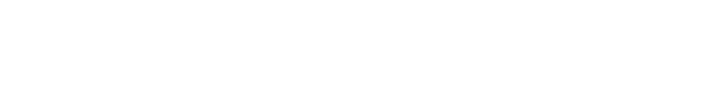
За отчетный период ожидаемые поступления от дебиторов превы­сили краткосрочные кредиты. Размер запасов превысил долгосроч­ные обязательства. Однако несмотря на имеющийся платежный из­лишек по этим группам, из-за низкой ликвидности запасов он вряд ли может быть направлен на покрытие недостатка средств для по­гашения наиболее срочных обязательств.

Вместе с тем коэффициенты абсолютной и текущей ликвидно­сти в имеют размеры выше нормальных ограничений, что говорит об определенной кредитоспособности.

## 2.6. Анализ финансовых результатов

Важнейшим показателем, отражающим конечные финансо­вые результаты деятельности предприятия, является рентабель­ность, которая характеризует прибыль, получаемую с каждого рубля средств, вложенных в предприятие или иные финансовые операции.

На составе имущества предприятия, в которое вкладываются капиталы, и проводимых предпринимателем хозяйственных и финансовых операциях основывается система показателей рента­бельности:



С помощью перечисленных показателей рентабельности можно проанализировать эффективность использования активов предпри­ятия, т.е. финансовую отдачу от вложенных капиталов.

Таблица 7 – Анализ финансовых результатов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | На начало года, % | На конец года, % |
| Рентабельность имущества (активов) предприятия | 11,6 | 8,1 |
| Рентабельность внеоборотных активов | 28 | 20 |
| Рентабельность оборотных активов | 20 | 14 |
| Рентабельность собственного капитала | 15 | 13 |
| Рентабельность реализованной продукции | 7 | 4 |

Как и предыдущие показатели, рентабельность на конец года значительно падает, соответственно и отдача от вложенных капиталов снижается.

## 2.7. Общая характеристика ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

История ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»

История производства кондитерских изделий в Воронежской области имеет глубокие корни. Начало ее связано с принцем Александром Петровичем Ольденбургским и его супругой принцессой Евгенией Максимилиановной Ольденбургской, которые в 1900 году возвели конфетную фабрику в Рамони (40 км севернее от г. Воронежа) .



Принцесса, сама большая любительница сладостей, не ограничилась постройкой рафинадного цеха (1891 г.) и возвела трехэтажный корпус конфетной фабрики (1900 г.). Уже через несколько лет здесь вырабатывалось до 400 наименований конфет и шоколада. Дела фабрики быстро шли в гору: медали зарубежных выставок, признание со стороны крупных торговцев "сладким товаром". Главный склад фабрики находился в городе Москве в доме Некрасова на Лубянском проезде. В 1903 году продукция фабрики получает высшую оценку на выставке в Лондоне, а в 1904 году украшает свои этикетки медалями с Парижской и Брюссельской выставок. По специально проложенной железнодорожной ветке продукция сахарного завода и кондитерской фабрики вывозилась в Воронеж и затем распространялась по всей России.

 К сожалению, к концу 1907 года быстрыми темпами рос долг фабрики, вызванный беспорядками связанными с началом революции, и уже к следующему 1908 году это привело к банкротству кондитерской фабрики Евгении Ольденбургской. Оборудование было вывезено в Воронеж, где губернские предприниматели, используя добрую репутацию фабрики, еще долгое время выпускали конфеты и шоколад в упаковке с "логотипом" Рамонской фабрики принцессы Ольденбургской. Конечно, после революционных потрясений и гражданской войны бежавшим предпринимателям было не до конфет. Существует предположение, что оборудование для производства конфет и сахара в дальнейшем было передано на кондитерскую фабрику, которая в 1934 году разместилась в перестроенных помещениях упраздненного после национализации дрожжевого завода по улице Кольцовской. По этому адресу предприятие находится и сегодня.

 Именно 1934 год считается официальной датой основания Воронежской кондитерской фабрики.  Первоначально фабрика выпускала всего лишь два вида продукции – карамель и пряники. Сегодня Воронежская кондитерская фабрика входит в число крупнейших предприятий-производителей кондитерских изделий в России.

   В первое время 90 процентов производственных операций выполнялось вручную, преобладал физический труд. В послевоенные годы фабрика стала оснащаться новой техникой. В 1958 году освоено механизированное производство зефира. В 1961 году установлено оборудование по переработке какао бобов и производству шоколадных полуфабрикатов. В 1963 году установлены две поточные линии производства вафель. В 1971 году освоено производство пралиновых конфет методом выпрессовывания. В 1981 году установлена новая поточная линия производства печенья. В 1989 году введена в эксплуатацию универсальная линия по производству карамели. В 2002 году освоено производство желейных конфет, в розничном отделении было установлено дополнительное оборудование для увеличения производственных мощностей по выработке розничных сортов конфет. В 2003 году установлен поточный участок производства глазированной карамели, в вафельном отделении осуществлена модернизация оборудования для производства многослойных вафель.

За почти 70 лет своего существования фабрика превратилась в предприятие, способное вырабатывать до 100 тонн разнообразных кондитерских изделий в сутки и занимающее устойчивую позицию на рынке кондитерских изделий.

Традиционными рынками сбыта продукции Воронежской кондитерской фабрики являются регионы Центрального Черноземья, Южного Урала, Западной и Восточной Сибири, Забайкалья, Дальнего Востока, Приморья и Северо-Запада России. Воронежские конфеты и карамель хорошо известны в Москве и Санкт-Петербурге.

Любовью потребителей пользуются все виды продукции, выпускаемые фабрикой, в особенности конфеты с начинкой между слоями вафель «Красная шапочка», «Воронежские», «Золотой фазан»; карамель с шоколадно-ореховой начинкой «Гусиные лапки», «Снежок», леденцовая карамель; многослойные глазированные вафли «Крутой вираж», «Кокосовый аромат»; неглазированные вафли «Артек», «Попрыгунья-стрекоза», «Семь гномиков»; печенье «Особое», «Весёлые человечки», «Нежное»; зефир «Бело-розовый», «В шоколаде», «Ажурный».

По мнению потребителей, визитной карточкой фабрики стали конфеты в коробках "Премиум", "Сладкая история", «К звездам», «Никитинские», «Песни Кольцова», «Фрукты в шоколаде», "Воронежские".

Интерес к продукции фабрики поддерживается не только за счёт широкого ассортимента, приемлемых цен и выгодных для покупателей условий поставки. На фабрике постоянно ведётся работа по обновлению ассортимента выпускаемой продукции.

Для продвижения продукции в регионы широко используется участие в общероссийских и региональных выставках, где продукция фабрики была отмечена многочисленными дипломами и медалями. В 2004 году на Международном конкурсе «Лучший продукт-2004», который проходил в середине февраля в Москве в рамках выставки «Продэкспо 2004» фабрика была удостоена Золотой медали. Наградой были отмечены конфеты Воронежской кондитерской фабрики «Чернослив в шоколаде» и «Курага в шоколаде». Получить столь высокую оценку позволило сочетание современного изысканного дизайна упаковки и великолепного вкуса конфет, которые состоят из отборных фруктов с цельным миндальным орехом, глазированных толстым слоем высококачественного шоколада.

Безусловно, что фабрика вышла на сегодняшний уровень производства благодаря замечательному высококвалифицированному коллективу, многие специалисты работают здесь не один десяток лет.

В целом за историю фабрики 20 человек из числа ее работников были награждены званием Заслуженный работник пищевой индустрии РФ.

Фабрика в декабре 1992 года была преобразована в акционерное общество и в настоящее время носит название ОАО «Воронежская кондитерская фабрика». В апреле 2001 года фабрика вошла в состав концерна «Бабаевский». В данный момент ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» входит в группу компаний «Объединенные кондитеры».

Возглавляет предприятие исполнительный директор ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» Виктор Георгиевич Лобосов. В ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» Виктор Георгиевич работает с 1993 года, начав свою карьеру в должности главного энергетика и, благодаря своим профессиональным качествам, в настоящее время Виктор Георгиевич занимает пост исполнительного директора.

Численность коллектива фабрики составляет более 1000 человек, кроме этого в настоящее время на фабрике трудится еще более четырехсот временных рабочих, которые принимаются в период повышенного спроса продукции в основном в предпраздничные дни.

Основными приоритетами руководство фабрики считает максимальное удовлетворение покупательского спроса и постоянное повышение качества выпускаемых кондитерских изделий за счет использования натурального высококачественного сырья и совершенствования технологии производства. Для этой цели фабрика имеет в своем штате собственную технологическую лабораторию с высококвалифицированными специалистами-технологами, а также сотрудничает с научно-производственной лабораторией Воронежской Государственной Технологической Академии – одного из крупнейших ВУЗов России, занимающегося подготовкой квалифицированных кадров для предприятий пищевой промышленности.

В ассортименте, выпускаемом фабрикой, представлены более 250 наименований кондитерских изделий: конфеты, карамель, печенье, вафли, зефир, мармелад.

Специалисты фабрики не забывают и про внешний вид продукции. При разработке упаковки сотрудничают с известными дизайнерскими студиями и полиграфическими компаниями, и результат этой работы уже очевиден нашим покупателям - конструкции и дизайн подарочных наборов изменены на более современные и оригинальные, практически завершен переход на красочный металлизированный этикет для конфет и карамели, как традиционных сортов, так и новинок.

Важное значение руководство фабрики придает не только постоянному повышению качества выпускаемых кондитерских изделий, но и качеству обслуживания покупателей. В 2003 году открылись двери нового фирменного магазина «Сладкая История», расположенного на территории фабрики. Здесь покупателей ждет самая свежая продукция, низкие цены, широкий ассортимент и высококачественное обслуживание. В магазине часто проводятся дегустации новинок, и именно здесь покупатели самыми первыми могут узнать и оценить вкус новых сладостей. Интерьер магазина выдержан в фирменной бело-синей гамме, что гармонично сочетается с красочной кондитерской продукцией. Благодаря удобному расположению магазина, высокой культуре обслуживания покупателей, привлекательному дизайну – магазин сразу завоевал популярность среди населения.

Хочется отметить, что Воронежская кондитерская фабрика всегда была динамичным предприятием. Технологи, маркетологи, производственники постоянно работали и продолжают работать над усовершенствованием выпускаемой продукции. Вносятся изменения в рецептуру, разрабатываются новые оригинальные виды кондитерских изделий, изменяется дизайн упаковки. Естественно, все эти изменения диктуются требованиями рынка. Перед кондитерами стоят новые задачи, с которыми с успехом справляются специалисты ОАО «Воронежская кондитерская фабрика».

# Характеристика финансового состояния ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» на 1 января 2009 года.

В результате проведенного финансового анализа можно сделать вывод, что в течение отчетного периода финансовое состояние предприятия кардинально изменилось. Если на начало года все показатели были выше нормы, что говорило о ликвидности, платежеспособности, абсолютной устойчивости, кредитоспособности, рентабельности предприятия, то в конце года практически все показатели свидетельствуют о кризисном состоянии. В этом случае следует рассчитать коэффициент восстановления платежеспособности. **Коэффициент восстановления платежеспособности** определяется как отношение расчетного коэффициента текущей ликвидности к его установленному значению. Расчетный коэффициент текущей ликвидности определяется как сумма фактического значения этого коэффициента на конец отчетного периода и изменение этого коэффициента между окончанием и началом отчетного периода в пересчете на период восстановления платежеспособности (6 месяцев). Формула расчета следующая:

,



где фактическое значение (на конец отчетного периода) коэффициента текущей ликвидности,

значение коэффициента текущей ликвидности на начало отчетного периода,

Т - отчетный период, 12 мес.,

2 - нормативное значение коэффициента текущей ликвидности,

6 - нормативный период восстановления платежеспособности в месяцах.

Коэффициент восстановления платежеспособности, принимающий значения больше 1, рассчитанный на нормативный период, равный 6 месяцам, свидетельствует о наличии реальной возможности у предприятия восстановить свою платежеспособность. Если этот коэффициент меньше 1 (в нашем случае он равен 0,7), то предприятие в ближайшее время не имеет реальной возможности восстановить платежеспособность. Возможно, такое состояние на 1 января 2009 года обусловлено Глобальным финансовым кризисом 2008 – 2009 г.г.

# Глава 3. Организация разработки финансовой стратегии

Финансовая стратегия любого предприятия определяется стратегическими целями, стоящими перед предприятием, а также целями самого финансового менеджмента. Как известно, главная цель финансового менеджмента - обеспечение роста благосостояния собственников, максимизация рыночной стоимости компании. Следовательно, финансовая стратегия компании - это генеральный план действий по своевременному обеспечению предприятия финансовыми ресурсами (денежными средствами) и по их эффективному использованию с целью   капитализации компании.

Разработка финансовой стратегии предприятия состоит из нескольких этапов. С самого начала необходимо определить, на какой срок формируется финансовая стратегия. В зависимости от срока стратегии зависят и цели финансовой деятельности, и степень проработки финансовых планов.  Долгосрочная финансовая стратегия описывает принципы образования и использования доходов, потребности в финансовых ресурсах и источниках их формирования. Краткосрочная финансовая стратегия разрабатывается в рамках долгосрочной финансовой стратегии, детализирует ее и описывает текущее управление финансовыми ресурсами. Долгосрочные и среднесрочные финансовые стратегические планы на 3-5 лет формируются в укрупненном виде, а краткосрочные финансовые планы на год прорабатываются с большой степенью детализации .



Следующим этапом разработки финансовой стратегии следует определить цели финансовой деятельности.  Финансовая стратегия является функциональной по отношению к корпоративной стратегии компании, следовательно, она должна быть включена в структуру общих стратегических целей компании. Как известно, главная финансовая цель - максимизация рыночной стоимости при минимизации риска. Такая цель может определяться как в абсолютных, так и в относительных показателях. Главная цель достигается, если у предприятия достаточно финансовых ресурсов, оптимальная рентабельность собственного капитала, сбалансированная структура собственного и заемного капитала.  Главная финансовая цель детализируется на финансовые подцели, например:

* Прибыль
* Величина собственного капитала
* Рентабельность собственного капитала
* Структура активов
* Финансовые риски

Каждая цель должна быть четко сформулирована и выражена в конкретных показателях, например:

* Рентабельность продаж
* Финансовый рычаг (соотношение собственного и заемного капитала)
* Уровень платежеспособности
* Уровень ликвидности

Разработка финансовой стратегии подразумевает разработку не только целей, но и разработку плана действий по достижению этих целей. Руководство компании должно знать, как текущая ситуация соотносится со стратегическими целями компании. Необходимо регулярно контролировать достижение стратегических целей. Для контроля осуществления стратегии стратегические цели разбиваются на конкретные стратегические задачи, решить которые нужно в определенный период времени. Контроль достижения стратегических целей осуществляется путем решения тактических задач. Установленные финансовые цели группируются по направлениям, образуя финансовую политику предприятия.

Наличие финансовой стратегии делает компанию более управляемой для менеджмента и прозрачной для собственников.

# Заключение

Важной составной частью механизма управления финансовой деятельностью предприятия являются системы и методы ее анализа. Финансовый анализ представляет собой процесс исследования финансового состояния и основных результатов финансовой деятельности предприятия с целью выявления резервов повышения его рыночной стоимости и обеспечения эффективного развития.

Управление финансами предприятия включает в себя решение следующих основных задач:

• обеспечение предприятия необходимым количеством финансовых ресурсов;

• организация их эффективного использования. Обязательными условиями решения этих задач являются:

* во-первых, умение оценивать состояние финансов предприятия на заданный момент времени и понимание причин и факторов, под воздействием которых оно может измениться, т.е. необходимо уметь анализировать финансовое состояние предприятия и ставить задачи по его совершенствованию.
* во-вторых, необходимо уметь из множества альтернативных решений, диктуемых интересами предприятия и признаваемых подходящими для данных условий, отбирать наиболее приемлемые, т.е. финансовое решение по возможности должно быть близким к наилучшему.

Отмечу, что все это можно сделать, обладая лишь необходимой информацией и знаниями, позволяющими оценивать вероятные последствия рассматриваемых вариантов.

Финансовое состояние предприятия на данный момент времени является результатом, во-первых, предшествовавшего периода существования предприятия и, во-вторых, решений, принятых за отчетный период — год, квартал, месяц. Его можно характеризовать совокупностью параметров, отражающих потенциал предприятия и его использование. К ним относятся:

• размеры активов, которыми располагает предприятие, и их соответствие объемам производства и продаж;

• обеспеченность предприятия собственным капиталом и его зависимость от заемных источников финансирования;

• рентабельность предприятия, его способность генерировать прибыль, достаточную для покрытия затрат на поддержание своего потенциала;

• соотношение дебиторской и кредиторской задолженности, показатели текущей ликвидности;

• поток наличности, его образование и использование и др.

Аналитические процедуры, выполняемые финансовыми менеджерами, весьма разнообразны. Вместе с тем в системе финансового анализа есть один блок, знание процедур которого является обязательным практически для любого экономиста; этот блок — анализ финансового состояния субъекта хозяйствования. Элементы данного блока в той или иной комбинации, равно как и результаты анализа, входят в число основных аргументов при принятии весьма разнообразных управленческих решений как в отношении собственно предприятия, так и других субъектов хозяйствования, сегментов рынков, взаимоотношений с бюджетом, кредитными учреждениями и др.

Подобный анализ выполняется по данным публичной бухгалтерской отчетности и потому достаточно хорошо структурирован. Вместе с тем нередка ситуация, когда анализ выполняется бессистемно, например, рассчитываются какие-то аналитические коэффициенты, которые «аналитик» не в состоянии проинтерпретировать и с которыми не знает, что делать. Такая отчетность редко приводит к положительным результатам — нужна определенная система в проведении анализа.

В настоящее время анализ финансового состояния предприятия достаточно хорошо систематизирован, а его процедуры имеют унифицированный характер и проводятся, по сути, по единой методике практически во всех странах мира. Общая идея этого унифицированного подхода к анализу заключается в том, что умение работать с бухгалтерской отчетностью предполагает, по крайней мере, знание и понимание:

• места, занимаемого бухгалтерской отчетностью в системе информационного обеспечения управления деятельностью предприятия;

• нормативных документов, регулирующих ее составление и представление;

• состава и содержания отчетности;

• методики ее чтения и анализа.

Сложность оценки финансового состояния предприятия обусловлена отсутствием единого показателя, по которому можно было бы судить о степени финансового благополучия, его достаточности или недостаточности.

Финансовое состояние предприятия характеризуется комплексом показателей, которые часто противоречат друг другу, когда увеличение одного из них ведет к нежелательному снижению другого.

Устойчивое финансовое состояние — это компромисс между различными показателями, при котором ликвидность, рентабельность, оборачиваемость и финансовая устойчивость находятся в разумных пределах.

Анализ финансового состояния предприятия нацелен, прежде всего, на поиск этих пределов, выяснение того, насколько далеки угрозы финансового неблагополучия или даже банкротства (является ли оно нормальным, напряженным или критическим), какие финансовые последствия могут возникнуть в результате тех или иных хозяйственных решений, какие трудности могут ожидать предприятие в ближайшем будущем. Параллельно с этим дается оценка тому, насколько эффективным было управление предприятием в прошедшем отчетном периоде.

# Список литературы

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия . — СПб.: Питер Ком, 2009. — 416 с.



1. Ансофф И. Стратегическое управление.- М.: Экономика, 2009. — 519 с.



1. Виханский О. С. Стратегическое управление.- М.: Экономистъ, 2006. - 293 с.



1. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент: Учебное пособие. — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2007. — 267 с.



1. Гольдштейн Г.Я. Стратегический менеджмент : Учебное пособие . — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2008. — 94 с.



1. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. — М.: ТЕИС, 2007. — 239 с.



1. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. – СПб: издательство «Питер», 1999. – 560 с.
2. Кругман П. и Обстфельд М. Международная экономика: теория и политика . 2008. – 123с.



1. Мескон М. и др. Основы менеджмента. — М.: Дело, 2007. — 704 с.



1. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент: В 2-х т. — СПб.: Экономическая школа, 2009. Т.1. — 468 с.



1. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. — СПб.: «Питер», 2000.



1. О'Шонесси Дж. Принципы организации управления фирмой.-М.:Прогресс,1979.
2. Олдкорн Р. Основы менеджмента: Учебник. – М.: Изд. "Финпресс", 2003. – 320 с.



1. Писаренко Н.Л., Длигач А.А., Стратегическое управление, 2008.



1. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов / Г.Б. Поляк, И.А. Акодис, Т.А. Краева и др.; Под ред. проф. Г.Б. Поляка. - М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. - 518 с.
2. Стратегии бизнеса: Справочник / Под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: КОНСЭКО, 2008.



1. Харченко К.В. Муниципальное стратегическое планирование: от теории к технологии: Учеб. пособие.. — Белгород: Обл. типография, 2009. — 304 с



1. Chandler A.D. Strategy and Structure: A Chapter in the History of  
   Industrial Enterprises. Cambridge,Mass, MIT Press,1962
2. Конспект лекций по дисциплине «Финансы и кредит» преподаватель – Платонова И. В.
3. http://gaap.ru/articles/section/1042/
4. http://alfaseminar.ru/finansovaya\_strategiya
5. http://vkf.ru/ - ОАО «Воронежская кондитерская фабрика»