Введение

В настоящее время, с переходом экономики к рыночным отношениям, повышается самостоятельность предприятий, их экономическая и юридическая ответственность. Резко возрастает значения финансовой устойчивости субъектов хозяйствования. Все это значительно увеличивает роль анализа их финансового состояния: наличия, размещения и использования денежных средств, поэтому комплексный анализ и стратегия развития предприятия являются важнейшими составляющими его развмтия.

Результаты такого анализа нужны, прежде всего, собственникам, а также кредиторам, инвесторам, поставщикам, менеджерам и налоговым службам. В данной работе проводится комплексный анализ предприятия именно с точки зрения собственников предприятия, т. е. для внутреннего использования и управления финансами.

Существуют различные классификации методов финансового анализа, которые используются в данной работе.

Горизонтальный анализ (временной) - сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом.

Вертикальный анализ (структурный) - определение структуры итоговых финансовых показателей, с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом.

Трендовый анализ - сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и определение тренда, т. е. Основной тенденции динамики показателя. С помощью тренда ведется перспективный прогнозный анализ.

Анализ относительных показателей (коэффициентов) - расчет отношений между отдельными позициями отчета или позициями разных форм отчетности по отдельным показателям фирмы, определение взаимосвязи показателей.

Сравнительный анализ - это как внутрихозяйственный анализ сводных показателей отчетности по отдельным показателям фирмы, подразделений, цехов, так и межхозяйственный анализ показателей данной фирмы с показателями конкурентов, со средне отраслевыми и средними хозяйственными данными.

Любое предприятие в той или иной степени постоянно нуждается в дополнительных источниках фи­нансирования. Найти их можно на рынке капиталов, привлекая потенциальных инвесторов и кредиторов путём объективного информирования их о своей фи­нансово- хозяйственной деятельности, то есть в основном с помощью финансо­вой отчётности и разработанной стратегии.

Насколько привлекательны опубликованные финансовые резуль­таты, показывающие текущее и перспективное финансовое состояние предпри­ятия, настолько высока и вероятность получения дополнительных источников финансирования.

Стратегическое планирование представляет собой набор действий и решений, предпринятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для того, чтобы помочь организации достичь своих целей. Процесс стратегического планирования является инструментом, помогающим в принятии управленческих решений. Его задача - обеспечить нововведения и изменения в организации в достаточной степени. В третьей главе мы коснёмся конкретных предложений по проблемам совершенствования работы ОАО КФТТ, улучшению экономических показателей. В этом нам поможет правельно выбранная стратегия.

Определение стратегии — это не составление плана действий. Определение стратегии — это принятие решения по поводу того, что делать с отдельным бизнесом или продуктами, как и в каком направлении, развиваться организации.

В настоящее время стратегическое управление является важнейшим фактором успешного выживания в усложняющихся рыночных условиях, но, тем не менее, постоянно можно наблюдать в действиях организаций отсутствие стратегичности, что и приводит их зачастую к поражению в конкурентной борьбе. Стратегическое управление в каждый данный момент фиксирует, что организация должна делать в настоящем, чтобы достичь поставленных целей в будущем, исходя при этом из того, что окружение будет изменяться, и условия жизни организации будут изменяться тоже. При стратегическом управлении как бы осуществляется взгляд из будущего в настоящее, определяются и осуществляются действия организации в настоящее время, обеспечивающие ей определенное будущее, а не вырабатывается план или описание того, что организация должна будет делать в будущем. В противоположность при нестратегическом управлении составляется план конкретных действий, как в настоящем, так и в будущем, априори базирующийся на том, что четко известно конечное состояние и что окружение фактически не будет меняться.

Наша стратегия непосредственно связана с финансовыми ресурсами предприятия.

Финансовые ресурсы фирмы оказывают существенное влияние на выбор стратегии. Любые изменения в поведении фирмы, такие, например, как выход на новые рынки, разработка нового продукта и переход в новую отрасль, требуют больших финансовых затрат. Поэтому фирмы, имеющие большие финансовые ресурсы либо же легкий доступ к ним, при выборе стратегии поведения находятся в гораздо лучшем положении и имеют для выбора гораздо большее число вариантов стратегии, нежели фирмы с сильно ограниченными финансовыми возможностями.

Поэтому стратегия заслуживает самого серьезного внимания как инструмент управления, пригодный не только для фирм, но и для широкого круга социальных учреждений. Но надо сознавать, что он никоим образом не дополняет естественное поведение людей, работающих в организациях, и относятся они к нему, как правило, без всякого энтузиазма.

Цель данной работы показать взаимосвязь выбранной стратегии предприятием с её финансовыми показателями. Провести комплексный анализ показателей. Задачей работы является разработать предложения по проблемам совершенствования исследуемого объекта, улучшению его характеристик экономических показателей.

**1. Стратегическое планирование на предприятии.**

**1.1 Стратегия предприятия, как важнейший элемент его развития**

Слово “стратегия” произошло от греческого strategos, “искусство генерала”. Военное происхождение этого термина не должно вызывать удивления. Именно strategos позволило Александру Македонскому завоевать мир.

А.Чандлер, автор одной из пионерских работ в области стратегического планирования, считает, что стратегия - “это определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей”[29 , с.5].Определение стратегии Чандлера дополняется требованием экономичности для принимаемых курсов действий “Стратегическая альтернатива определяется путём сопоставления возможностей и ресурсов корпорации с учётом приемлемого уровня риска”. В конечном итоге формирование стратегии предприятия должно дать ответы на три вопроса: Какие направления хозяйственной деятельности необходимо развивать? Каковы потребности в капиталовложениях и наличных ресурсах? Какова возможная отдача по выбранным направлениям?

А.М. Ковалёва, доктор экономических наук, профессор считает что: «стратегия – это постановка среднесрочных и долгосрочных целей, заключающихся в максимизации выгоды (прежде всего дохода и прибыли). Тактика предполагает краткосрочные, оперативные решения для реализации стратегической установки в конкретных условиях ».

Круглова Н.Ю и Круглов М.И отмечают, что «каждая конкретная стратегия компании – это принятые её высшим руководством направления или способы деятельности для достижения важного результата, имеющего долгосрочные последствия». [14, с 232]

 А.Ансофф выделяет несколько отличительных особенностей стратегии:

1. Процесс выработки стратегии не завершается каким-либо немедленным действием. Обычно он заканчивается установлением общих направлений, продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций фирмы.
2. Сформулированная стратегия должна быть использована для разработки стратегических проектов, методов поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы, во-первых, сосредоточить внимание на определённых участках или возможностях, во-вторых, отбросить все остальные возможности как несовместимые со стратегией.
3. Необходимость в данной стратегии отпадает, как только реальный ход событий выведет организацию на желаемое развитие.
4. В ходе формулирования стратегий нельзя предвидеть все возможности, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий. Поэтому приходится пользоваться сильно обобщённой, неполной и неточной информацией о различных альтернативах.
5. При появлении более точной информации может быть поставлена под сомнение обоснованность первоначальной стратегии. Поэтому необходима обратная связь, позволяющая обеспечить своевременное переформулирование стратегии. [30, с. 68 – 69]

Процесс реализации стратегии может быть разделён на два больших этапа:

а) процесс стратегического планирования - выработка набора стратегий, начиная от базовой стратегии предприятия и заканчивая функциональными стратегиями и отдельными проектами;

б) процесс стратегического управления - реализация определённой стратегии во времени, переформулирование стратегии в свете новых обстоятельств.

 Стратегическое планирование есть систематизированнный и логический процесс, основанный на рациональном мышлении. В то же время оно есть искусство прогнозирования, исследования, расчёта и выбора альтернатив. [11, с. 156]

 Стратегии предприятий должны быть построены по иерархическому принципу. При этом уровни стратегий, комплексность, их интеграция очень различны в зависимости от типа и размера предприятия. Так, простая организация может иметь одну стратегию, а сложная - несколько на различных уровнях действия. [18, с. 18]

 Концептуальная модель стратегического плана позволяет определить следующие этапы составления стратегического плана предприятия:

1. Анализ окружающей среды:

 а) внешняя среда,

 б) внутренние возможности.

1. Определение политики предприятия (целеполагание).
2. Формулирование стратегиии и выбор альтернатив:

 а) стратегия маркетинга,

 б) финансовая стратегия,

 в) стратегия НИОКР

 г) стратегия производства,

 д) социальная стратегия,

 е) стратегия организационных изменений,

 ж) экологическая стратегия.

 Результатом деятельности по предложенной выше схеме составления стратегического плана предприятия является документ, называемый “Стратегический план предприятия” и имеющий обычно следующие разделы:

1. Цели и задачи предприятия
2. Текущая деятельность предприятия и долгосрочные задачи.
3. Стратегия предприятия (базовая стратегия, основные стратегические альтернативы).
4. Функциональная стратегия.
5. Наиболее значимые проекты.
6. Описание внешних операций.
7. Капиталовложения и ресурсное распределение.
8. Планирование неожиданностей.

Приложения: Расчёты, справки, другая деловая документация, в том числе:

 а) Объём годовых продаж по группам продуктов,

 б) Годовая прибыль и убытки по подразделениям,

 в) Годовой экспорт и его отношение к объёму продаж по

 подразделениям.

 г) Изменения в наборе продуктов и доля рынка.

 д) Программа ежегодных капитальных затрат.

 е) Годовые денежные потоки.

 ж) Баланс на конец последнего года плана.

 з) Политика поглощений и прибретений.[13, с. 218 – 219]

 Анализ литературы по стратегическому планированию в западных фирмах показал, что и количество и содержание этапов составления стратегического плана, а также сама его форма могут существенно варьироваться и зависят от многих факторов, среди которых основными являются:

1. Форма собственности предприятия.
2. Тип предприятия (специализированнное или диверсифицированное)
3. Отраслевая принадлежность предприятия.
4. Размер предприятия (большое, среднее или малое).

Точно так же не существует единого горизонта стратегического планирования. В Европе часто встречаются долгосрочные, 10-летние планы, американцы используют 5-летние планы, а японцы вообще 3-летние.

Процедура формулирования стратегии и выбора альтернатив состоит из следующих этапов:

а) оценка существующей стратегии;

б) собственно фаза формулирования;

в) планирование риска;

г) выбор стратегических альтернатив.[21, с 259 – 260]

 Рассмотрим подробнее эти пункты.

А. Оценка существующей (действующей) стратегии.

 Первичная оценка действующей стратегии осуществляется уже на предыдущем этапе - оценка внутренних возможностей.

 Однако, оценивая имеющиеся резервы на предприятиии, позволяющие повысить эффективность его функционирования, мы ранее не оценивали жизненность действующей стратегии и сформулированных правил поведения.

Б. Собственно фаза формулирования.

 Стратегия, будучи объединённой основой, для организационных усилий, требует разработки серии стратегических планов как на уровне предприятия в целом, так и на уровне подразделений. Естественно, что каждый стратегический план является частью общего, и стратегия предприятия объединяет их все вместе. Стержнем любого стратегического плана предприятия является его базовая стратегия. Выбор базовой стратегии есть прерогатива руководства предприятия. Руководство, оценивая и анализируя информацию, полученную на предыдущих шагах, принимает окончательное решение.

В. Планирование риска.

Планирование риска является одной из важных составляющих стратегического плана. Основной целью является поддержание высокого уровня противодействия возмущениям внешней среды и уменьшение потерь от данных возмущений.

 В последнее время в западных фирмах становится всё более популярной не разработка резервных стратегий, а создание систем кризисных ситуаций, характеризующихся очень высокой степенью централизма принимаемых решений и быстрой реакцией на изменения в среде. Это вытекает из того, что сам набор возможных возмущений становится таким многообразным, что фирма не в состоянии предусмотреть все возможные ситуации.

Г. Выбор стратегических альтернатив.

 В рамках выбранной базовой стратегии возможно несколько курсов действий, которые принято называть стратегическими альтернативами.

 Разработка стратегии должна затрагивать все уровни управления предприятия, так как решения, вырабатываемые при стратегическом планировании, имеют отношение ко всем сотрудникам организации. Поэтому необходимо согласование интересов при выработке стратегии Групповое обсуждение, кроме того, позволяет рассмотреть большое число альтернатив. Но и сходимость при групповом выборе существенно ниже, чем при единоначалии. Поэтому обычно имеет место групповое обсуждение и единоличное принятие окончательного решения.[9, с. 91]

 В 60-х годах стратегическая мысль концентрировалась на координации и интеграции функциональной деятельности с расчетом на системную ориентацию. Затем внимание менеджеров сместилось к маркетинговым проблемам с упором на оптимизацию товарно-рыночных комбинаций, а в 70-х годах разрабатывается теория стратегии на базе моделирования фирменного опыта ("кривой обучения") с целью укрепления конкурентных позиций предприятий. Научный подход выдвинул такие направления, как получение эффекта от расширения масштабов производства и оптимизации товарной номенклатуры.

В 80-х годах наметилось два подхода к выявлению конкурентных преимуществ, обеспечивающих конечный успех, – рыночная ориентация и ресурсная ориентация.[2, с. 37 – 38]

В соответствии с первой парадигмой, разработанной специалистами Гарвардской школы, стратегический успех фирмы зависит, с одной стороны, от структуры отрасли, в которой она выступает, а с другой – от выбранной принципиальной стратегии для данной хозяйственной области. Привлекательность отрасли обуславливается действующими в ней конкурентными силами. Чем сильнее в отрасли конкуренция, тем меньше ее привлекательность для фирмы.

Эмпирические исследования показали, что отраслевая структура действительно во многом определяет успех предприятия. В свою очередь возможности выбора принципиальной фирменной стратегии кроются в таких областях, как явное преимущество в издержках, оперативная дифференциация производства, быстрый захват рыночных ниш. Удачный выбор стратегии менеджеров может сыграть роль в обеспечении успеха предприятия.

Гарвардская парадигма четко нацелена на рынки сбыта. Подобная ориентация стала объектом острой критики. Она совершенно игнорирует факторы успеха, которые могут содержать в себе, например, внутрифирменные структура и процессы, ресурсообеспечение или поведение персонала, который непосредственно участвует в реализации стратегии. Не учитывается ресурсная ориентация и социальные аспекты управления. Таким образом, экономически рациональный подход оставляет без внимания организационные, научно-психологические и социальные модели стратегического поведения предприятия. [28, с. 420 – 423] Стратегический анализ положения фирмы надо начать, прежде всего, с исследования структуры отрасли в которой работает данная фирма. Здесь необходимо оговорить, что основной единицей будет являться отрасль, представляющая собой группу конкурентов, которые производят товары и услуги и непосредственно соперничают между собой.

На фирму в отрасли воздействуют пять сил, впервые выделенные американским экономистом М.Портером, которые определяют уровень конкуренции. Первая из них – соперничество между конкурентами в отрасли, между фирмами производящими аналогичную продукцию и продающими ее на одном и том же рынке. В случае если проникновение в ту или иную отрасль не представляет особого труда, а уровень прибыли достаточно высок, количество фирм в ней будет увеличиваться. Так появляется вторая сила, воздействующая на фирму – угроза появления новых конкурентов. Третьей силой воздействующей на отрасль является угроза появления товаров-заменителей. Под заменителем понимается товар, отвечающий тем же потребностям, что и конкретный товар, производимый в рассматриваемой отрасли. Четвертой силой является способность покупателей диктовать свои условия. Крупные клиенты способны оказывать влияние на уровень прибыли фирм-продавцов. Покупатели могут диктовать этим фирмам свои условия, и те, в свою очередь, будут готовы снизить свои цены с тем, чтобы заключить сделку с данным клиентом. Аналогично покупателям поставщики пользующихся спросом товаров могут устанавливать высокие цены, воздействуя, таким образом, на объем своей прибыли. Способность поставщиков диктовать свои условия является пятой силой воздействующей на отрасль. Продавцы имеют преимущества, когда поставки данного товара так или иначе важны для покупателя, когда на рынке представлены несколько крупных фирм-поставщиков, занимающих достаточно прочные позиции и уровень конкуренции между ними невысок.

Фирмы способны воздействовать на каждую из пяти сил посредством собственной стратегии. Применяя прогнозирование к анализу отрасли необходимо учесть стадию развития отрасли. Жизненный цикл отрасли определяет характер конкурентной борьбы. Изменение одной из пяти сил может повлиять на остальные силы. Но обычно прибыльность каждой отрасли определяют всего лишь одна или две силы. Таким образом, при выборе стратегии фирмам необходимо принимать во внимание именно определяющие силы и пытаться занять наиболее выгодную позицию по отношению к конкурентам [20, с. 117 – 122]

##  Стратегия роста.

 Стратегия роста впервые подробно была разработана Игорем Ансоффом. Им же была построена модель роста фирмы. Она состоит из пяти этапов:

1. Стадия планирования. Компания находится в состоянии готовности к формулированию стратегии роста, то есть существует некоторое совмещение внешних условий и внутренних возможностей.
2. Начальная стадия. Обычно фирма проходит этап очень быстро. В течение этого этапа возникают и ликвидируются узкие места в процессах и структуре реализации конкретных проектов, которые не были предусмотрены в плане. Также растёт объём продаж, хотя дохода фирма практически не получает.
3. Стадии проникновения.
4. Ускоренный рост.
5. Переходная стадия.

##  Начальная стратегия

 Целью начальной стратегии является умеренный рост для того, чтобы обеспечить предприятию выход на оптимальную эффективность. Руководство занимает бдительную позицию по отношению к ускорению темпов развития, стараясь обеспечить выявление узких мест и их ликвидацию, чтобы в дальнейшем занять настойчивую наступательную позицию на рынке. Как уже отмечалось, руководство должно быть готово к тому, что на первом этапе могут возникнуть сложности в производстве, административные трения, напряжённое финансовое состояние, связанное с большими затратами и отсутствием доходности. Однако одной из целей начальной стратегии является быстрота данного этапа и переход к следующей стратегии. [30, с. 70]

## Стратегия проникновения.

Данная стратегия направляет усилия предприятия на более глубокое проникновение на рынок и дополнительные усилия по увеличению темпов роста объёма продаж. Если для этого требуются приобретения и поглощения, то они производятся в рамках данной стратегии. Долговременные программы предусматривают укрепляющие и развивающие действия по всем направлениям функционирования предприятия, особенно обращая внимание на усиление финансовых позиций, модернизацию основных фондов, НИОКР.

 После достижения этих целей и проведя все необходимые внутренние перестроения, предприятие может перейти к следующей стратегии.

## Стратегия ускоренного роста.

 Целью этой стратегии является полное использование внутренних и внешних возможностей. Данный этап цикла роста должен производиться как можно дольше, так как именно на нём происходит полное использование ресурсов, рост доходов начинает превосходить рост продаж, доля рынка приближается к запланированной. Но на этапе ускоренного роста начинают возникать и накапливаться негативные тенденции в деятельности предприятия, поэтому одной из целей данной стратегии является как можно более раннее их выявление и попыток разрешения. Если решить возникшие проблемы не представляется возможным, то руководство предприятия в рамках данной стратегии начинает плавный переход к реализации, следующей стратегии.

##  Стратегия переходного периода.

 Целью этой стратегии является обеспечение после периода ускоренного роста период перегруппировки и перестройки деятельности предприятия для вхождения в новый цикл роста как можно быстрее, то есть не допуская длительной стагнации.

 Стратегия предусматривает экономию, отказ от новых производств. Происходит глубокий анализ существующего положения дел на предприятии с целью уменьшения затрат, повышения доходности изделий, перестройки системы управления.[22, с. 243]

 Сама по себе стратегия роста может применяться в различных ситуациях:

1. начало предпринимательской деятельности;
2. молодая компания, борющаяся за своё выживание;
3. однопродуктовое специализированное предприятие;
4. диверсифицированное предприятие, где стратегия роста организации в целом может поддерживаться стратегией роста по отдельному виду продукта.

Именно поэтому стратегических альтернатив роста в хозяйственной практик может быть предложено очень много. Перечислю лишь некоторые, являющиеся базовыми, стратегические альтернативы: интенсификация рынка, диверсификация, межфирменное сотрудничество и кооперация, внешнеэкономическая деятельность,

## Стратегия стабилизации и выживания.

 В условиях расстроенной экономики в соответствии с циклами деловой активности и циклами развития предприятия последние могут испытывать болезненный период нестабильности, когда начинают падать объёмы продаж и прибыли. Возникает необходимость разработки специальных процедур анализа, позволяющих уловить период перехода предприятия от стадии роста к стадии падения, то есть переориентации из наступательной в наступательно-оборонительную стратегию - стратегию стабилизации.

## Стратегия стабилизации.

 Стратегия стабилизации направлена на достижение раннего выравнивания объёма продаж и прибылей с последующим их повышением, то есть с переходом на следующий этап роста. В зависимости от скорости падения предприятие может использовать один из трёх наиболее вероятных подходов:

1. экономия с чётким намерением быстрого оживления;
2. сдвиги в продолжительном спаде с меньшими надеждами на быстрое оживление;
3. стабилизация, когда необходимы долговременные программы для достижения сбалансированного состояния предприятия на рынке.

##  Стратегия выживания.

 Стратегия выживания - чисто оборонительная стратегия и применяется в случаях полного расстройства экономической деятельности предприятия, в состоянии, близком к банкротству. Целью стратегии является стабилизация обстановки, то есть переход к стратегии стабилизации и, в дальнейшем, к стратегии роста. Понятно, что данная стратегия не может быть долгосрочной. Она требует, с одной стороны, быстрых, решительных, полностью скоординированных действий, с другой - осмотрительности и реалистичности в принятии решений. Именно поэтому в условиях реализации стратегии выживания происходит жесткая централизация управления, создаётся “антикризисный комитет”, который наряду с принятием быстрых по реакции ответных мер на возмущения внешней среды разрабатывает и жестко проводит в жизнь следующие программы:

1. перестройка управления
2. финансовая перестройка
3. перестройка маркетинга [6, с. 213 – 216]

Мы можем сказать, что формирование стратегии становится жизненно необходимым в тех случаях, когда возникают внезапные изменения во внешней среде компании. Оказаться без стратегического управления означает, что предприятие стало как бы близоруким и может принимать лишь краткосрочные, порой сиюминутные или запоздалые решения. Стратегическое управление является важнейшей составляющей антикризисного управления, поскольку позволяет вовремя выявить внешние опасности и возможности предприятия, сильные внутренние и слабые стороны его производственно – хозяйственной деятельности и на основе оценки ситуации разработать систему стратегий, направленных на предотвращение кризиса. Правильно выбранная стратегия целеустремляет и мобилизует использование научно – технического, производственно – технологического, финансово – экономического, социального и организационного потенциалов компании в определённых направлениях, обещающих достижение успеха.

 **1.2. Финансовое состояние предприятия и его влияние на формирование стратегии.**

 Финансовое состояние предприятия характеризуется системой показателей, отражающих состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования финансировать свою деятельность на фиксированный момент времени.

В процессе снабженческой, производственной, сбытовой и финансовой деятельности происходит непрерывный процесс кругооборота капитала, изменяются структура средств и источников их формирования, наличие и потребность в финансовых ресурсах и как следствие финансовое состояние предприятия, внешним проявлением которого выступает платежеспособность.[1, с.420]

Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным, что в свою очередь оказывает влияние на формирование стратегии. Способность предприятия успешно функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, постоянно поддерживать свою платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска свидетельствует о его устойчивом финансовом состоянии, и наоборот.

Если платежеспособность – это внешнее проявление финансового состояния предприятия, то финансовая устойчивость – его внутренняя сторона, отражающая сбалансированность денежных и товарных потоков, доходов и расходов, средств и источников их формирования. Для обеспечения финансовой устойчивости предприятие должно обладать гибкой структурой капитала, уметь организовать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для нормального функционирования.[23, с. 242- 244]

Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов его производственной, коммерческой, и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, это положительно влияет на финансовое положение предприятия. Напротив, в результате спада производства и реализации продукции происходит повышение её себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие – ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Следовательно, устойчивое финансовое состояние не является игрой случая, а итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты финансово – хозяйственной деятельности предприятия. В зависимости от финансового состояния предприятия разрабатывается стратегия .[24, с. 51]

Финансовое состояние фирмы является комплексным понятием. Оно характеризуется системой показателей, отражающих реальные и потенциальные финансовые возможности фирмы как партнёра по бизнесу, объекта инвестирования капитала, налогоплательщика. Хорошее финансовое состояние – это эффективное использование ресурсов, способность полностью и в сроки ответить по своим обязательствам, достаточность собственных средств для исключения высокого риска, хорошие перспективы получения прибыли. Плохое финансовое положение выражается в неудовлетворительной платёжной готовности, в низкой эффективности использования ресурсов, в неэффективном размещении средств, их иммобилизации. Пределом плохого финансового состояния предприятия является состояние банкротства, т.е. неспособность предприятия ответить по своим обязательствам.

Финансовое состояние предприятия может ухудшаться или улучшаться под влиянием совокупности внутренних и внешних факторов. К числу первых относятся качество менеджмента, имущественное положение фирмы, не верно выбранная стратегия. Внешними являются изменения налоговой системы, кредитной политики, конъюнктуры рынка и т.п.

Информация, необходимая для анализа финансового состояния предприятия, содержится в финансовой отчётности, аудиторских заключениях, оперативном бухгалтерском учёте и других источниках.[7 с. 292- 294]

Основными формами финансовой отчётности российских предприятий являются:

* «Бухгалтерский баланс»;
* «Отчёт о прибылях и убытках»;
* «Отчёт о движении денежных средств»;
* «Приложение к бухгалтерскому балансу».

Баланс – главная форма бухгалтерской отчётности. Он показывает состояние активов предприятия и источники их формирования на определённую дату.

«Отчёт о прибылях и убытках» содержит информацию о процессе формирования и использования прибыли за определённый период времени.

«Отчёт о движении денежных средств» отражает остаток денежных средств на начало года, поступления и расход в течение года, остаток на конец года.

«Приложение к бухгалтерскому балансу» включает девять разделов, отражающих движение собственного и заёмного капиталов, дебиторской и кредиторской задолженности.

Для ОАО существует ещё один важный источник информации о финансовом состоянии – котировка ценных бумаг на биржевом или внебиржевом рынках.[25, с. 537]

По мнению большинства авторов, анализ финансового состояния предприятия включает следующие блоки:

1. Оценка имущественного положения и структуры капитала;

* 1. Анализ размещения капитала;
	2. Анализ источников формирования капитала.
1. Оценка эффективности и интенсивности использования капитала:
	1. Анализ рентабельности (доходности) капитала;
	2. Анализ оборачиваемости капитала.

3. Оценка финансовой устойчивости и платёжеспособности:

3.1. Анализ финансовой устойчивости;

3.2. Анализ ликвидности и платёжеспособности.

1. Оценка кредитоспособности и риска банкротства.[22, с. 243]

Анализ финансовых показателей позволяет выявить критические точки в деятельности фирмы, определить причины проблем и запланировать действия, направленные на их решение. Финансовый анализ складывается из четырех основных шагов:

1. выбор показателей, подходящих для анализа стратегических проблем;
2. расчёт этих показателей;
3. сравнение полученных величин с аналогичными показателями данной фирмы за предыдущие годы, среднеотраслевыми, конкурентными величинами;
4. использование показателей при составлении финансовых планов для определения способов решения проблем и будущих возможностей фирмы.

Среди множества финансовых показателей есть такие, которые имеют особо важное значение для определения позиции фирмы и могут использоваться для анализа любых стратегических проблем.

Можно выделить четыре типа наиболее значимых финансовых показателей. Это показатели:

* ликвидности (краткосрочной платежеспособности);
* хозяйственной активности (оборачиваемости);
* доходности (прибыльности, рентабельности);
* рыночной активности

Ликвидность — это способность организации ответить по сво­им краткосрочным обязательствам. Если платежеспособность фир­мы низка, это говорит о ее крайне слабом финансовом здоровье и невозможности решать большинство вопросов своей деятельно­сти, в частности такого, как привлечение новых займов, поскольку доверие кредиторов будет подорвано. Иначе ликвидность опреде­ляют как качество оборотных (текущих) активов фирмы, их спо­собность покрывать долги фирмы.

Если фирма хочет составить обоснованный стратегический план, то проблема ликвидности должна быть решена еще до начала про­цесса долгосрочного планирования.

Выделяют два основных вида показателей ликвидности:

* общий коэффициент покрытия,
* коэффициент абсолютной ликвидности.

Общий коэффициент покрытия выражает соотношение между те­кущими (оборотными) активами фирмы и ее текущими (кратко­срочными) обязательствами.

Общий коэффициент Текущие активы покрытия (ОКП) = Текущие пассивы

Минимально необходимая величина ОКП должна быть не ме­нее 1 — иначе фирма будет признана неплатежеспособной. Опти­мальный показатель ОКП по оценкам экспертов колеблется в диа­пазоне от 2 до 2,5.

Однако приемлемая величина ОКП в большой степени зависит от специфики отрасли, размеров фирмы, степени доверия к ней кредиторов. ОКП может быть ниже для отраслей с быстрой оборачи­ваемостью текущих активов (около 1,5), для фирм с небольшими товарно-материальными запасами и хорошей репутацией.

Значение общего коэффициента покрытия, как и в целом показа­телей ликвидности для планирования определяется его способ­ностью ответить на следующие вопросы.

1. Могут ли прогнозы ликвидности обеспечить выплаты фирмы по значительным обязательствам?

2. В состоянии ли подготовленные прогнозы ликвидности объяс­нить причины падения платежеспособности (если такое существует) и связать эти процессы с изменениями в доходах?

3. Какие усилия должна предпринять организация (а точнее, ее менеджмент) для улучшения позиций платежеспособности?

4. Могут ли быть изменены условия, лежащие в основе ухудшив­шейся ситуации?[26, с. 121]

Существует ряд практических советов по повышению платеже­способности фирмы.

Один из них — увеличение краткосрочных долгов предприятия, а за счет их — и величины текущих активов. Если предприятие путем эффективной деятельности сумеет вложить денежные средства так, чтобы они принесли дополнительную прибыль, то полу­ченная прибыль позволит увеличить оборотные средства, а значит, улучшить соотношение между текущими активами и пассивами.

Другой способ — не увеличивать оборотные средства, а часть их, напротив, направить на погашение долгов. Но в этом случае снижается величина, как текущих пассивов, так и текущих акти­вов, что может привести не только к повышению, но и к пониже­нию показателей ликвидности.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает соотношение между наиболее ликвидной частью текущих активов и текущими пассивами. Наиболее ликвидная часть текущих активов, или «быстрооборачиваемые» активы, определяется как разница между общей величиной текущих активов (оборотных средств) и всеми товарно-материальными запасами.

Коэффициент абсолютной ликвидности = Текущие активы

 Текущие пассивы

По оценкам экспертов теоретически приемлемой величиной счи­тается АЛК не ниже 0,2. Показатель АЛК менее консервативен, чем общий коэффициент покрытия, он определяет способности наиболее ликвидных текущих активов — денег в кассе, на банков­ском счете, ценных бумаг — оплатить долги предприятия. Этот тип финансовых показателей определяет, насколько хоро­шо фирма использует свои ресурсы. Обычно показатели активно­сти выражают соотношение между величиной продаж и различ­ными элементами активов, то есть выясняют количество продаж, созданное одним рублем инвестиций в активы. Одними из наибо­лее употребляемых показателей активности являются:

* оборот счетов к оплате (оборот дебиторской задолженности);
* оборот запасов;
* оборот основных средств (фиксированных активов).

Оборот счетов к оплате определяется как соотношение величины продаж в кредит и счетов к оплате (дебиторской задолженности).

Оборот счетов Чистые продажи в кредит

к оплате (ОСО) = ———————————————————

 Счета к оплате (дебиторская задолженность)

Чем выше показатель ОСО, тем короче время между продажей и получением денег. Величина ОСО, таким образом, показывает, насколько хорошо фирма управляет дебиторской задолженностью.

Если показатель ОСО фирмы низок по сравнению с предыду­щими периодами, или среднеотраслевыми цифрами, или показа­телями фирм-конкурентов, это может означать:

* разнообразие разновидностей потребительских кредитов, при­меняемых фирмой;
* чрезмерно мягкую кредитную политику;
* неумение фирмы справляться со сбором платежей в назна­ченные сроки.

Если при планировании своей деятельности фирма не обратит внимание на тревожные показатели ОСО, в будущем это приведет к следующим негативным последствиям:

* убыткам в сфере кредитных продаж;
* увеличению издержек по получению платежей;
* снижению ликвидности за счет увеличения доли активов, вы­раженных в дебиторской задолженности.

Оборот товарно – материальных запасов.

Этот показатель опреде­ляет насколько сбалансирована величина запасов фирмы. Рассчиты­вается как соотношение между стоимостью проданных товаров (издержек на реализованные фирмой товары) и величиной товар­но-материальных запасов.

Оборот товарно - Стоимость проданных товаров материальных запасов (03) = ————————————————

 Запасы

Данный показатель измеряет скорость прохождения товаров от покупки ресурсов до продажи готовых товаров. Расчет 03 приме­ним только в тех случаях, когда продажи возрастают равномерно.

Высокий показатель 03 показывает очень хорошую ликвидность фирмы или превосходное торговое искусство. Или наоборот — коли­чество запасов, не достаточное для торговли. Низкий показатель 03 означает неважную ликвидность, излишек запасов или их устаре­лость. Иногда причиной низкого 03 являются сезонность продаж (и накопление несезонных товаров), проведение политики придерживания запасов или запланированное повышение запасов в ожидании некоторых других событий (например, создание запа­сов угля в ожидании забастовки шахтеров).

Другим способом определения оборота запасов является деле­ние величины чистых продаж на объем запасов:

0,3 = Чистые продажи

 Запасы

Оборот основных средств (фиксированных активов) определяет­ся в результате деления чистых продаж фирмы на величину основ­ных средств.

Оборот основных Чистые продажи

средств (ОСС) = \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Основные средства (чистая величина основных

 средств за вычетом нематериальных активов)

ООС определяет ежегодный доход, приносимый каждым руб­лем основных средств

Подсчет ООС — хороший способ реальной оценки основных средств в противовес установлению их балансовой стоимости, ко­торая не может учесть подлинную ценность основных средств для хозяйственной деятельности.

Еще один показатель активности —оборот общих активов фир­мы, который является общим индикатором эффективности управ­ления использованием ресурсов фирмы.

Оборот общих Чистые продажи

активов (ООА) = —————————— [29, с. 5]

 Общие активы

Таким образом, финансовые показатели сами по себе не являют­ся причиной неудач фирмы. Они всего лишь индикаторы неблаго­получия, глубинные причины которого кроются в непосредственной хозяйственной деятельности, а также в стратегии действий, которую выбрало руководство фирмы. Следовательно, неудовлетворительные финансовые показатели должны послужить отправной точкой не толь­ко для пересмотра финансовых планов, но и в первую очередь для переформулирования общей стратегии фирмы.

Показатели доходности (рентабельности) — наиболее распро­страненный способ измерения успеха фирмы. Показатели рентабельности являются относительными ха­рактеристиками финансовых результатов и эффективности дея­тельности предприятия. Основные показатели доходности:

* коэффициент чистой прибыли;
* оборот на вложенный капитал;
* чистый доход на акционерный (собственный капитал).

Коэффициент Чистая прибыль чистой прибыли = ——————————

 Чистые продажи

 Чистая прибыль

Оборот на вложенный капитал = ——————————

 Общие активы

 Чистый доход Чистая прибыль на акционерный (соб- = ———————————

ственный) капитал Активы « - « пассивы

Финансовый рычаг — это способ увеличения доходности (рента­бельности) собственного капитала за счет использования кредита. Чем больше величина заемных средств, тем длиннее рычаг, тем выше рентабельность собственного капитала. Одновременно чем длиннее рычаг, тем выше риск деятельности фирмы, связанный с оплатой своих обязательств. Поэтому показатели использования финансового рычага — это в первую очередь измерители финансового риска. Существует два способа измерения рычага в финансовом анализе.

1. Определение меры использования долгов для финансирова­ния активов.
2. Расчёт показателей охвата, измеряющих способность фирмы покрыть свои долги.

Показатель (ПД) = Общие пассивы [7, с.155]

 Общие активы

Более точные представления о финансовом положении фир­мы дает сочетание нескольких значительных финансовых по­казателей.

По окончании анализа финансовых показателей необходимо при­ступать к составлению финансовых планов — долгосрочного и краткосрочного (бюджетов) в рамках стратегического планирования.

Целью долгосрочного планирования является составление прогноза баланса и отчета о прибылях и убытках. Основываясь на этих плановых документах, организация разрабатывает оператив­ные бюджеты. Качество финансового планирования определяется уровнем бух­галтерского учета и финансового контроля. Финансовые отчеты организации должны включать такие ключевые позиции, как прибыльность, рыночная позиция, производительность, исполь­зование активов, инновации. Основой краткосрочного финансового планирования является составление прогнозных финансовых бюджетов экономической ор­ганизации.

##  Оценка финансового положения предприятия - это совокупность методов, позволяющих определить состояние дел предприятия в результате анализа его деятельности на конечном интервале времени.

В конечном результате анализ финансового положения предприятия должен дать руководству предприятия картину его действительного состояния, а лицам, непосредственно не работающим на данном предприятии, но заинтересованным в его финансовом состоянии - сведения, необходимые для беспристрастного суждения, например, о рациональности использования вложенных в предприятие дополнительных инвестициях и т. п., что в свою очередь влияет на формирование стратегии.

**1.3. Процесс разработки стратегии во взаимосвязи с финансовым состоянием предприятия.**

Разработка стратегии предприятия начинается с определения основных ориентиров предпринимательской деятельности, так называемой его философии, которая в сочетании с мотивационной идеей определяет основные направления развития предприятия и устанавливает цели фирмы. Важным источником информации для формирования стратегических целей является информация о внутренней и внешней среде, анализ которой позволяет оценить реальность поставленных целей, спрогнозировать возможные изменения и выбрать наиболее эффективную стратегию предприятия. Смысл стратегического анализа в том, что если понять конкурентную динамику отрасли, то можно думать о том, какие шаги предпринимать, что необходимо поменять, как использовать те или иные возможности, преимущества, компетенции. Фирма может либо приспособиться к изменяющимся условиям, либо противодействовать им, пытаясь изменить конкурентную среду. Если компания чаще, чем конкуренты, пытается прогнозировать будущее то велика вероятность того, что она скорее будет держать под контролем будущую ситуацию, а конкуренты смогут лишь реагировать на нее. Помимо прогнозирования, задачей стратегического анализа является также выявление, развитие и защита от конкурентов факторов стратегического успеха.

Поиски факторов стратегического успеха давно являлись основной заботой менеджеров.[27, с. 52]

В 90-х-начало-2000 г.г. считается, что кризисное финансовое состояние предприятий обусловлено, с одной стороны, общеэкономической и политической ситуацией, а с другой, неэффективным менеджментом, разрозненное применение методов повышения финансовой устойчивости не приведёт к реальному восстановлению платежеспособности и финансовому благополучию. Предприятие может достичь этих результатов посредством формирования и реализации стратегии финансового оздоровления. Для сохранения в современных условиях максимальной эластичности предприятия стратегия рассматривается как инструмент формирования общей идеи будущего, детали которой уточняются в соответствии с необходимыми изменениями. Данную точку зрения высказывают Е. Торкановский и Л. Владимирова. Под стратегией финансового оздоровления мы понимаем целевую установку, базовые принципы, а также совокупность направлений и критериев повышения финансовой устойчивости предприятия. Иными словами, стратегия есть концепция финансового оздоровления предприятия, для реализации которой разрабатываются программа и план.[17 с. 30-33]

В условиях рыночных отношений, самостоятельности предприятия, ответственности за результаты своей деятельности возникает объективная необходимость определения тенденций финансового состояния, ориентации в финансовых возможностях и перспективах, оценки финансового состояния других хозяйствующих субъектов. Решению этих вопросов служит финансовая стратегия предприятия.

Финансовая стратегия- это генеральный план действий по обеспечению предприятия денежными средствами. Финансовая стратегия предприятия охватывает все стороны деятельности предприятия, в том числе оптимизацию основных и оборотных средств, распределение прибыли, безналичные расчёты, налоговую и ценовую политику, политику в области ценных бумаг. Особое внимание при разработке финансовой стратегии уделяется полноте выявления денежных доходов, мобилизации внутренних ресурсов, максимальному снижению себестоимости продукции, правильному распределению и использованию прибыли, определению потребности в оборотных средствах, рациональному использованию капитала предприятия. Финансовая стратегия разрабатывается с учётом риска неплатежей, скачков инфляции и других форс – мажорных обстоятельств. Контроль за реализацией финансовой стратегии обеспечивает проверку поступления доходов, экономное и рациональное их использование. Важной частью финансовой стратегии является разработка внутренних нормативов. Разработке финансовой стратегии предприятия предшествует анализ финансового состояния предприятия. Различают генеральную финансовую стратегию, оперативную финансовую стратегию и стратегию выполнения отдельных стратегических задач. Главной стратегической целью финансов является обеспечение предприятия необходимыми и достаточными финансовыми ресурсами. Одними из главными задачами финансовой стратегии являются: обеспечение предприятия финансовыми ресурсами, необходимыми для производственно – хозяйственной деятельности; обеспечение эффективного вложения временно свободных денежных средств с целью получения максимальной прибыли; определение финансовых взаимоотношений с поставщиками и покупателями, бюджетами всех уровней, банками и другими финансовыми институтами.[15, с. 324-327]

Попробуем сгруппировать вопросы и методы стратегии для нашего анализируемого предприятия:

* разработка новых видов продукции;
* расширение ассортимента;
* смена технологий;
* обновление основных фондов;
* реструктуризация собственности;
* повышения качества продукции;
* расширение рынка сбыта;
* использование внутренних резервов;
* переподготовка, повышение квалификации кадров;
* какую продукцию производить, в каком ассортименте и по каким ценам;
* на какого потребителя она рассчитана и каких потенциальных потребителей можно привлечь дальше;
* какие условия необходимы для продажи продукции на запланированном уровне;
* через какие каналы распределения и в каких объёмах будет организована рыночная поставка,;
* какими средствами лучше всего воздействовать на спрос и стимулировать продажу,;
* каким должно быть послепродажное обслуживание и кем оно будет осуществляться;
* каких результатов ожидают участники рынка, и какие для этого потребуются затрат.

 Сущность предпринимательства состоит в том, чтобы произвести нужную потребителю продукцию, продать её, получить прибыль. Предприятию необходимо стабилизировать положение: поддерживать производство, сохранять основные производственные фонды и ключевые технологии, ядро трудового коллектива. Ближайшая цель финансового оздоровления - рентабельность производства. Для её достижения в стратегию должен быть заложен ряд частных задач - реструктуризация задолженности, сокращение издержек и т.д.[19, с. 68-69]

Наряду с данными стратегиями многие исследователи выделяют также стратегию инноваций и стратегию копирования. В первом случае фирма способствует научно-техническому развитию и делает акцент на нововведения, рассчитывая работать с довольно обеспеченным сегментом потребителей или же защищать свои изобретения с помощью патентов и лицензий. Однако чрезмерные расходы на инновации могут отрицательно сказаться на положении фирмы, в случае если конкуренты будут использовать ее достижения в своем производстве, т.е. применяя стратегию копирования. Эти две стратегии могут применяться в сочетании с общими стратегиями развития фирмы.

Так возможен случай, когда обновление (особенно технологического процесса) может помочь фирме резко снижать издержки производства и проводить дифференциацию одновременно. Точно так же, если себестоимость тесно связана с долей на рынке, то тогда производитель с минимальной себестоимостью продукции в состоянии усилить свой потенциал в дифференциации и при этом остаться производителем, имеющим самые низкие издержки производства. С другой стороны, преуспевающая дифференцированная компания может достичь такого объема реализации, который поможет ей стать также лидером по издержкам.

Следование той или иной общей стратегии требует того, чтобы у компании были определенные ограничения, которые затрудняли бы имитацию их стратегии. Так как эти барьеры не являются непреодолимыми, то фирме обычно необходимо предлагать своим конкурентам меняющуюся цель путем постоянного инвестирования и обновления.[16 с. 32-36]

Определение политики предприятия (целеполагание).

 В последнее время в западных фирмах становится всё более популярной не разработка резервных стратегий, а создание систем кризисных ситуаций, характеризующихся очень высокой степенью централизма принимаемых решений и быстрой реакцией на изменения в среде. Это вытекает из того, что сам набор возможных возмущений становится таким многообразным, что фирма не в состоянии предусмотреть все возможные ситуации.[10, с. 89]

В условиях расстроенной экономики в соответствии с циклами деловой активности и циклами развития предприятия последние могут испытывать болезненный период нестабильности, когда начинают падать объёмы продаж и прибыли. Возникает необходимость разработки специальных процедур анализа, позволяющих уловить период перехода предприятия от стадии роста к стадии падения, то есть переориентации из наступательной в наступательно-оборонительную стратегию.[3, с. 524 – 525]

Стратегический анализ требует понимания со стороны руководства того, на какой стадии развития находится предприятие, прежде чем решать, куда двигаться дальше. Для этого необходима эффективная информационная система, обеспечивающая данными для анализа прошлых, настоящих и будущих ситуаций. Хорошо проведенная диагностика сильных и слабых сторон деятельности предприятия дает реальную оценку его ресурсов и возможностей, а также является отправной точкой разработки стратегии.

Международный опыт показывает, что применение стратегий развития фирмы зависит от множества факторов, в том числе от сегмента потребителей. Так на рынках потребительских товаров большую эффективность приносит стратегия дифференциации, в силу того, что доходы населения довольно высоки и люди готовы получить не то что дадут, а то, что устраивает их по качеству. Также в пользу стратегии дифференциации говорит тот факт, что в отрасли по производству товаров широкого потребления, риск от стратегии низких издержек значительно выше, так как второе или третье место по издержкам будет давать лишь незначительные преимущества. Это касается и нашего анализируемого объекта. [4, с. 10]

Напротив, в отраслях производящих товары для промышленности более эффективной будет стратегия снижения издержек. Нет смысла проводить дифференциацию продукта, если в последующей технологической цепочке дополнительные свойства продукта не могут быть использованы. Улучшение свойств, еще не готовых к конечному потреблению товаров, должно повлечь и соответствующие изменения способов их обработки. Понятно, что такого совместного совершенствования всей технологической цепочки добиться чрезвычайно тяжело.

В непредсказуемых условиях развития рыночной экономики России лишь некоторые предприятия придерживаются определенной организационно-экономической стратегии своего развития. Подавляющее большинство из них больше озабочены оперативным реагированием на возникающие сиюминутные проблемы. В силу несовершенства законодательства и непредсказуемости рынка к выбору стратегии необходимо подойти очень осторожно. Не стоит строить далеко идущие планы. Зарубежный опыт показывает, что период формирования стратегии в промышленных отраслях в стабильно развивающейся экономике около 10-15 лет. В сфере потребительских товаров около 3-5 лет. Если к этому добавить и нестабильность российского рынка, то видно, что выбираемая стратегия должна быть гибкой по отношению к внешним условиям. Например, в российских условиях, возможно, будет иметь успех стратегия лидерства по издержкам в отраслях потребительских товаров. С одной стороны в России формируется класс социально обеспеченных людей, а с другой, большинство населения находится за чертой бедности. Первые, вероятно, предпочтут товары западных производителей, которые обладают более высоким качеством, а другие будут искать что-то по низкой цене. В любом случае при определении стратегии в большой степени надо руководствоваться сегментом рынка, и смотреть, не сократится ли он в будущем. Для достижения главной стратегической цели в соответствии с требованиями рынка разрабатывается генеральная стратегия, которая взаимосвязана с финансовым состоянием предприятия. В зависимости от этого выявляют вышеуказанные типы стратегий. [7, с. 32 – 33]

Высшее руководство фирмы в современных рыночных условиях должно привлекать к разработке стратегических решений аналитиков, иначе, без тщательно проведенного стратегического анализа, такое решение может носить случайный характер, быть не эффективным и способно в условиях жесткой конкуренции привести к банкротству. [12 с. 180-187]

1. Стратегия — сложное и потенциально мощное орудие, с помощью которого современная фирма может противостоять меняющимся условиям. Но это — непростое орудие, и его внедрение и использование обходятся недешево.

2. Стратегия — это инструмент, который может серьезно помочь фирме, оказавшейся в условиях нестабильности, университету, потерявшему престиж, а также при сбоях в обеспечении правопорядка, в работе системы здравоохранения и городского коммунального хозяйства.

Поэтому стратегия заслуживает самого серьезного внимания как инструмент управления, пригодный не только для фирм, но и для широкого круга социальных учреждений.

3. Стратегическое планирование как логический, аналитический процесс определения будущего положения фирмы в зависимости от внешних условий деятельности было разработано фирмами, которые стремились повернуть вспять процесс замедления роста и морального устаревания техники и технологий.

# 2. Общая характеристика Курской фабрики технических тканей

###### 2.1. Правовой статус, предмет и хозяйственная деятельность общества

Открытое акционерное общество «Курская фабрика технических тканей», именуемое далее «Общество», учреждено в целях удовлетворения общественных потребностей в товарах и услугах и извлечения прибыли. Общество в своей деятельности руководствуется учредительным договором, настоящим уставом, законодательством Российской Федерации для исполнения актами исполнительных органов власти. Настоящий устав разработан в соответствиями с положениями Гражданского кодекса РФ и Федерального закона РФ «Об акционерных обществах». Сокращённое наименование ОАО «КФТТ».

Общество является юридическим лицом, имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на самостоятельном балансе и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права. Может нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество вправе открывать расчётный и иные счета в российских и зарубежных банках, имеет круглую печать и бланки со своим наименованием.

Предметом деятельности общества является:

* Производство и реализация технических тканей и крученых нитей, товаров народного потребления и сельхозпродукции;
* торговля (в том числе оптовая) продукцией производственно-технического назначения и товарами народного потребления;
* оказание транспортных услуг;
* посредническая деятельность;
* осуществление строительно-монтажных и пусконаладочных работ.

Общество вправе также осуществлять иную финансово-хозяйственную деятельность, не противоречащую действующему законодательству, а также уставным задачам.

Общество самостоятельно планирует и осуществляет свою производственно- хозяйственную деятельность, а также социальное развитие коллектива. Основу планов составляют договоры. Заключаемые с потребителями продукции и услуг и поставщиками материально- технических и иных ресурсов.

В соответствии со своими уставными задачами Общество имеет право:

* совершать как в России, так и за её пределами сделки и иные юридические акты с предприятиями. Организациями, учреждениями, обществами, товариществами и отдельными лицами, в том числе купли- продажи, мены, подряда, займа, перевозки поручения и комиссии, хранения, совместной деятельности, а также участвовать в торгах, аукционах, конкурсах, представлять гарантии;
* строить, приобретать, отчуждать, брать и сдавать в наём движимое и недвижимое имущество;
* выступать заказчиком или подрядчиком по договорам с предприятиями, организациями и кооперативами;
* привлекать для работы российских и иностранных специалистов;
* формировать временные, научные, производственные, творческие коллективы, привлекать специалистов по договорам;
* реализовывать свою продукцию работы и услуги, отходы производства;
* приобретать необходимые материалы, сырьё, оборудование, машины, другие материальные ценности в оптовой и розничной торговле;
* осуществлять в установленном порядке внешне - экономическую деятельность;
* в установленном порядке выступать учредителем и членом ассоциаций, акционерных обществ, совместных предприятий и.т.п.
* открывать банковские счета, как в рублях, так и в иностранной валюте;
* пользоваться кредитами банков на условиях, определяемых соглашениями сторон.

 Общество имеет уставный капитал в размере 306827000 (триста шесть миллионов восемьсот двадцать семь тысяч) руб. который составляется из номинальной стоимости 306 827 обыкновенных именных акций, размещённых среди акционеров.

Номинальная стоимость всех обыкновенных акций Общества одинакова и составляет 1000 рублей за каждую акцию.

Общество обязано объявить и зарегистрировать в установленном порядке уменьшение своего уставного капитала, если по окончании второго и каждого последующего года стоимость чистых активов Общества окажется меньше уставного капитала.

Общество является собственником имущества, переданного ему акционерами в качестве оплаты акций, продукции, произведённой Обществом в результате хозяйственной деятельности, полученных доходов, а также иного имущества, приобретённого им по другим основаниям, допускаемым законодательством.

Вкладом участника Общества могут быть здания, сооружения, оборудование и другие материальные ценности, ценные бумаги, права пользования землёй, водой и другими природными ресурсами, зданиями, сооружениями и оборудованием, а также иные имущественные права, денежные средства.

Риск случайной гибели или повреждения имущества, переданного в пользование Обществу, возлагается на акционера, передавшего это имущество, если иное не предусмотрено учредительными документами.

Общество может объединить часть своего имущества с имуществом государственных, кооперативных, Общественных и других организаций для совместного производства товаров, выполнения работ и оказания услуг.

Часть имущества Общества может быть передано дочерним предприятиям филиалам, представительствам по решению и на условиях, определяемых Общим собранием общества. В обществе создаётся резервный фонд в размере 25 процентов уставного капитала.

Для осуществления контроля за финансово – хозяйственной деятельностью Общества по решению общего собрания может быть создана ревизионная комиссия. Ревизионная комиссия имеет право привлекать к своей работе экспертов. Общество за свой счёт может нанять аудитора для проверки и подтверждения финансовой отчётности.

 Общество осуществляет учет результатов работы, контроль за ходом производства, ведёт оперативный бухгалтерский и статистический учёт в соответствии с действующим законодательством РФ.

Ответственность за организацию, состояние и достоверность бухгалтерского учёта, своевременное представление ежегодного отчёта и иной финансовой отчётности и соответствующие органы, а также сведений о деятельности общества, представляемых акционерам, кредиторам и в средства массовой информации, несет генеральный директор общества.

Финансовый год устанавливается с 1 января по 31 декабря включительно.

Достоверность данных, содержащихся в годовом отчёте Общества общему собранию акционеров, бухгалтерском балансе, счёте прибылей и убытков, должна быть подтверждена ревизионной комиссией (ревизором) Общества.

Общество и его должностные лица несут установленную законодательством ответственность за достоверность содержащихся в годовом отчёте и балансе сведений.

**2.2. Анализ основных показателей общества.**

 Основные показатели, отражающие финансовое положение предприятия представлены в балансе. Планирование стратегии начинается с изучения этих показателей

Баланс характеризует финансовое положение предприятия на определённую дату и отражает ресурсы предприятия в единой денежной оценке по их составу и направлениям использования, с одной стороны (актив) и по источникам их финансирования- с другой (пассив). Баланс содержит подробную характеристику ресурсов предприятия. Для принятия эффективных решений выделены некоторые основные параметры:

* Общая стоимость активов предприятия.
* Доли долгосрочных и кратковременных активов в общей сумме активов.
* Общая стоимость собственного капитала.
* Прирост стоимости вложенного капитала.
* Стоимость заёмного капитала.
* Доли долгосрочных и краткосрочных источников финансирования в общей сумме пассивов.

Некоторые из этих показателей содержатся непосредственно в балансе, а также в пояснительной записке. Но ряд показателей должен быть получен с помощью дополнительных расчётов, перегруппировки данных баланса или привлечения данных бухгалтерского учёта. Активы предприятия отражают инвестиционные решения, принятые компанией за период её деятельности. Ликвидность – способность превращения средств предприятия в денежную наличность. Долгосрочные активы это средства, которые исполъзуют в течение более чем одного отчётного периода, не предназначены для продажи в течении года. Они представлены в первом разделе баланса «Основные средства и внеоборотные активы».

Краткосрочные активы или оборотные средства, используемые, проданные или потреблённые в течение одного отчётного периода, который, как правило, составляет один год. Оборотные активы представлены во втором и третьем разделах актива.

Для принятия финансовых решений выделяют следующие группы ресурсов:

* Денежные средства.
* Краткосрочные финансовые вложения.
* Дебиторская задолженность.
* Материально- производственные запасы.

Наиболее ликвидная часть оборотных активов – денежные средства. Это денежные средства в кассе и денежные средства в банках, включая денежные средства в валюте. Денежные средства используются для текущих денежных платежей. Отсутствие денежных средств может привести к банкротству предприятия. Краткосрочные финансовые вложения отражают инвестиции предприятия в ценные бумаги других предприятий, в облигации, а также предоставление займов на срок более года.

Следующая статья баланса – дебиторская задолженность (ещё не полученные средства). Она учитывается в балансе по фактической стоимости реализации. Может быть рассчитана чистая дебиторская задолженность (разница между фактической суммой дебиторской задолженности и резервам по сомнительным долгам).

Материально- производственные запасы – это материальные активы для:

* Продажи в течение обычного делового цикла;
* Производственного потребления внутри предприятия;
* Производственного потребления в целях дальнейшего изготовления реализуемой продукции.

Базой оценки материально- производственных запасов является себестоимость (затраты на их приобретение и доставку). Основные средства (активы)- это средства длительного пользования, имеющие материальную форму. На все статьи реальных основных средств начисляется амортизация.

Нематериальные активы – патенты, товарные знаки, торговые марки, авторские права, лицензии, затраты на научно-исследовательские и опытно- конструкторские разработки, затраты програмного обеспечения. Долгосрочные финансовые вложения, т.е. вложения в ценные бумаги других компаний, облигации и кредиты другим предприятиям на срок более одного года.

«Таблица 1»

Показатели актива ОАО КФТТ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Расчёт | Сумма2000 | Сумма 2001  | Сумма 2002  | Темпы прироста или снижения |
| 2001 к2000 | 2002 к2001 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Общая сумма активов | Строка 300 – строка 390 | 49422 | 35172 | 41094 | - 28,83 | +16,84 |
| 2. Внеоборотные активы | Строка 190 + строка 230 | 31402 | 21628 | 23179 | -31,13 | +7,17 |
| 3. Оборотные активы | Строка 290 | 18020 | 14089 | 18121 | -21,81 | +28,62 |
| 4. Денежные средства | Строка 260 | 90 | 142 | 5 | +57,78 | -96,48 |
| 5. Краткосрочные финансовые вложения | Строка 250 | - | - | - | - | - |
| 6. Чистая дебиторская задолженность | Строка 240 | 4502 | 4199 | 5210 | -6,73 | +24,08 |
| 7. Материально- производственные запасы | Строка 210 – строка 217 | 12107 | 7700 | 11762 | +38,42 | +56,13 |
| 8. Основные средства | Строка 120 + строка 130 | 31350 | 21068 | 22948 | -32,8 | +8,92 |
| 9. Долгосрочные финансовые вложения | Строка 140 | 15 | 15 | 25 | 0 | +66,67 |
| 10.Нематериальные активы | Строка 140 | 37 | - | - | - | - |
|  |  |  |  |  |  |  |

Рассмотрим порядок расчёта показателей актива

 1. Общая сумма активов.

100- (35172:49422) 100 = -28,83

100-(41094:35172) 100 = +16,84

2. Внеоборотные активы.

100- (21628:31402) 100 = -31,13

100-(23179:21628) 100 = +7,17

3. Оборотные активы.

100-(14089:18020) 100 = -21,81

100-(18121:14089) 100 = +28,62

4. Денежные средства

100-(142:90) 100 = +57,78

100-(5:142) 100 = -96,48

6. Чистая дебиторская задолженность.

100-(4199:4502) 100 = -6,73

100-(5210:4199) 100 = +24,08

7. Материально – производственные запасы.

100-(7456:12107) 100 = +38,42

100-(11641:7456) 100 = +56,13

8. Основные средства.

100- (21068:31350) 100 =- 32,8

100- (22948:21068) 100 = +8,92

9. Долгосрочные финансовые вложения.

100-(15:15) 100 =0

100-(25:15) 100 =+66,67

Анализируемые нами показатели отразили уменьшение активов предприятия 2001 г. по сравнению с 2002 г (кроме денежных средств и материально – производственных запасов). Напротив, показатели актива 2002г. увеличились по сравнению с 2001 г (кроме денежных средств).

 В пассиве баланса отражаются решения компании по выбору финансирования.

Статьи пассива:

* Краткосрочные обязательства.
* Долгосрочные обязательства.
* Собственный капитал.

Краткосрочные обязательства – это обязательства, которые покрываются оборотными активами или погашаются в результате образования новых краткосрочных обязательств (счета и векселя к оплате, долговые свидетельства о получении компанией краткосрочного займа, задолженность по налогам и отсроченные налоги, задолженность по заработной плате, полученные авансы, часть долгосрочных обязательств.)

Долгосрочные обязательства – это обязательства, которые должны быть погашены в течение срока больше года (займы, кредиты, облигации, векселя к оплате, обязательства по пенсионным выплатам.)

Вложенный капитал – это капитал, инвестированный собственниками.

Накопленная прибыль – это прибыль за вычетом налогов и дивидендов, которую предприятие заработало за все годы своего существования (нераспределённая прибыль прошлых лет, резервный капитал, фонды накопления и чистая прибыль отчётного года)

Капитал может быть собственный либо заёмный.

«Таблица 2».

Показатели собственного и заёмного капитала ОАО КФТТ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Расчёт | Сумма2000 | Сумма 2001  | Сумма 2002  | Темпы прироста или снижения (%) |
| 2001 к2000 | 2002 к2001 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Собственный капитал | Строка 490-строка 440 | 22164 | 16792 | 16319 | -24,24 | -2,82 |
| 2. Вложенный капитал | Строка 410 + строка 420 | 25780 | 25658 | 25658 | -0,47 | 0 |
| 3. Накопленная прибыль прошлых лет | Строка 460 +строка 420 +строка 430 +строка 440 | 34207 | 25352 | 25352 | -25,89 | 0 |
| 4. Краткосрочные обязательства | Строка 690 | 18524 | 18380 | 24775 | -0,78 | + 34,79 |
| 5. Долгосрочные обязательства | Строка 590 | - | - | - | - | - |
| 6. Заёмный капитал | Строка 590 + строка 690 | 18524 | 18380 | 24775 | -0,78 | + 34,79 |

Рассмотрим порядок расчёта показателей собственного и заёмного капитала.

1. Собственный капитал.

100-(16792:22164) 100 =-24,24

100-(16319:16792) 100 =-2,82

2. Вложенный капитал.

100-(25658:25780) 100 = -0,47

100-(25658:25658) 100 =0

3. Накопленная прибыль прошлых лет.

100-(25352:34207) 100 = -25,89

100 -(25352:25352)100 =0

4. Краткосрочные обязательства.

100 -(18380:18524) 100 = - 0,78

100-(24775:18380) 100 =+ 34,79

6. Заёмный капитал.

100-(18380:18524) 100 =-0,78

100-(24775:18380) 100 =+34,79

Анализируя показатели собственного и заёмного капитала, мы можем отметить, что собственный капитал в 2001 г. по сравнению с 2002 г. уменьшился. Такая же тенденция наблюдается в 2002 г. по сравнению с 2001 г. Заметен рост увеличения краткосрочных обязательств, что говорит о недостаточности собственных средств. Вложенный капитал характеризуется в 2001 г и в 2002 г на одном уровне, а в 2000 г он превысил на 122 тыс. руб. Темп снижения накопленной прибыли в 2001 г по сравнению с 2000 г составил –25,89 %. В 2002 г и в 2001 г этот показатель остался также на прежнем уровне.

Рассмотрим финансовые результаты отчётного года с помощью отчёта о прибылях и убытках. Он отражает показатели, как выручка от реализации продукции, налогооблагаемая прибыль, направления использования прибыли, оставшуюся в распоряжении предприятия.

Показатели доходов и прибыли:

* Чистая выручка от реализации продукции (работ, услуг)- это валовая выручка от реализации за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов, возвращённых товаров и ценовых скидок.
* Валовая прибыль от реализации - это выручка от реализаци за вычетом производственных расходов на реализованную продукцию. Этот показатель позволяет анализировать эффективность производственной деятельности предприятия.
* Прибыль (убыток) от основной деятельности (операционная прибыль или операционный убыток) – валовая прибыль от реализации за вычетом расходов по управлению и расходов по сбыту.
* Прибыль от финансовой деятельности – сальдо доходов и расходов по финансовой деятельности. Этот показатель необходим, чтобы отделить прибыль от производственно- хозяйственной деятельности предприятия от таких источников прибыли, как получение процентов и дивидендов предприятием, операции с иностранной валютой и другие.
* Прибыль от обычной хозяйственной деятельности – сумма прибылей от хозяйственной основной деятельности и прибылей от финансовой деятельности.

Чрезвычайные прибыли.

* Прибыль (убыток) до уплаты налога. Этот показатель является точкой перехода от бухгалтерской прибыли к налогооблагаемой прибыли. Бухгалтерская или отчётная прибыль – это прибыль, рассчитанная в соответствии с требованиями бухгалтерского учёта. Налогооблагаемая прибыль- это бухгалтерская прибыль, перечисленная согласно налоговым требованиям.
* Чистая прибыль (чистый убыток) – прибыль после уплаты налога. В условиях рыночной экономики это важнейший показатель деятельности предприятия.

Показатели расходов предприятия:

* Себестоимость реализованной продукции. В данную статью включаются только производственные расходы предприятия на реализованную продукцию, такие, как, расходы на материалы, заработную плату и производственные накладные расходы.

Общехозяйственные и коммерческие расходы.

* Расходы по финансовой деятельности. Их особенно важно рассчитать для того, чтобы показать долю расходов, приходящуюся на обслуживание долга предприятия. В условиях рыночной экономики этот показатель необходим для оценки жизнеспособности предприятия: высокий удельный вес таких расходов может привести к банкротству.
* Чрезвычайные расходы.

Чёткая классификация доходов и расходов является базой обоснованного определения чистого результата деятельности за определённый период.

Рассчитаем показатели ОАО КФТТ по данным его отчёта о прибылях и убытках и данных бухгалтерского учёта.

Изменения в абсолютных величинах.

2001 г- 2000 г 2002 г – 2001г.

1. Чистая выручка от реализации ( строка 010 ф. №2).

67167 – 113426 = - 46259 120102 – 67167 = 52935

2. Себестоимость реализованной продукции (Данные учёта)

68040 – 104948 = - 36908 118156 – 68040 = 50116

3. Валовая прибыль от реализации продукции (Строка 010 – строка 020 Ф. №2)

-873 – 8478 = -9351 1946 – (-873) = 2819

5. Прибыль от основной деятельности (Валовая прибыль от реализации + (строка 090 – строка 100) +(строка 120 – строка 130) ф. № 2

- 4729 – 9066 =- 13795 535 – (- 4729) = 5264

6. Сальдо результатов хозяйственной деятельности (строка 060 – строка 070 +строка 080 =(строка 120 – строка 130) ф. №2

- 3492 – 969 =- 4461 663- (- 3492) = 4155

7. Прибыль от обычной хозяйственной деятельности (Прибыль от основной деятельности + сальдо результатов финансовой деятельности)

-8251 – 10035 = -18256 1198-(-8221) =9419

8. Чрезвычайные прибыли (Строка 120 - строка 130) ф. № 2

- 3492 – 969 = - 4461 663- (-3492) = 4155

9. Прибыль до уплаты налога (Строка 140)

-4729 – 9066 = -13795 535-(-4729) =5264

10. Чистая прибыль после уплаты налога (Строка 140 – строка 150) ф. № 2.

-5250 – 6796 = -17296 -473 – (-5250)= 4777

Валовая прибыль от реализации продукции, общехозяйственные расходы, прибыль от основной деятельности, сальдо результатов финансовой деятельности, прибыль от обычной хозяйственной деятельности, чрезвычайные прибыли, а также прибыль до уплаты налога и чистая прибыль после уплаты налога уменьшились в 2001 г по сравнению с 2000 г, что говорит о превышении расходов над доходами. Напротив, в 2002 г по сравнению с 2001 г наблюдается рост этих показателей (кроме чистой прибыли после уплаты налога), что характеризует более стабильное финансовое положение отчётного года с базисным. Сгруппируем доходы и расходы ОАО КФТТ, рассмотрев их в таблице по раннее рассчитанным нами показателям, изменения покажем в абсолютных величинах. (Таблица № 3)

Рассмотрим показатели прогноза банкротства.

2000 г) (2332 + 0 –18524):49422 = -0,1

2001 г) (7705 + 42- 18380):35172 =-0,3

2002 г) (11773 + 5 – 18121):41094 = -0,2

Полученные показатели имеют отрицательные значения, что говорит о том, что предприятие склонно к банкротству, и это отрицательно характеризует его экономическую деятельность.

«Таблица 3»

Показатели доходов и расходов ОАО КФТТ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Сумма2000 г | Сумма 2001 г | Сумма 2002 г. | Изменения |
| 2001- 2000 г.  | 2002-2001 г. |
| 1 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Чистая выручка от реализации продукции | 113426 | 67167 | 120102 | -46259 | 52935 |
| 2. Себестоимость реализованной продукции | 104948 | 68040 | 118156 | -36908 | 50116 |
| 3. Валовая прибыль от реализации продукции | 8478 | -873 | 1946 | -9351 | 2819 |
| 4. Общехозяйственные расходы и коммерческие расходы | 7 | - | 1277 |  |  |
| 5. Прибыль от основной деятельности | 9066 | - 4729 | +535 | -13795 | 5264 |
| 6. Сальдо результатов финансовой деятельности | 969 | -3492 | 663 | -4461 | 4155 |
| 7. Прибыль от обычной хозяйственной деятельности | 1035 | -8221 | 1198 | -18256 | 9419 |
| 8. Чрезвычайные прибыли | 969 | -3492 | 663 | -4461 | 4155 |
| 9. Прибыль до уплаты налога | 9066 | -4729 | 535 | -13795 | 5264 |
| 10. Чистая прибыль после уплаты налога | 6796 | -5250 | -473 | -17296 | 4777 |

 Из расчётов показателей расходов и доходов ОАО КФТТ мы видим, что 2002 год был более прибыльным, чем за тот же период предыдущего года, а прибыль получают от основной деятельности по производству и реализации продукции, небольшая часть денежных средств поступило от реализации основных средств и иного имущества.

Если бы в отчётном периоде основным источником денежных потоков явилась бы распродажа предприятием своих активов, это стало бы сигналом для инвесторов об ухудшении ликвидности предприятия и о проблемах получения достаточных сумм денежных средств от основной деятельности.

2.3. Расчёты финансовых коэффициентов ОАО КФТТ

Рассмотрим наиболее важные коэффициенты:

* Коэффициент ликвидности
* Коэффициент деловой активности
* Коэффициент рентабельности
* Коэффициент платежеспособности или структуры капитала
* Коэффициенты рыночной активности.

Коэффициенты ликвидности позволяют определить способность предприятия оплатить свои краткосрочные обязательства в течение отчётного периода.

Коэффициент общей ликвидности рассчитывается как частное от деления оборотных средств на краткосрочные обязательства. Он показывает, достаточно ли у предприятия средств, которые могут быть использованы для погашения его краткосрочных обязательств в течение определённого периода (коэффициент приближен к 1 или 2).

 Оборотных средств должно быть, по меньшей мере, достаточно для погашения краткосрочных обязательств, иначе компания окажется под угрозой банкротства. Превышение оборотных средств денежных средств над краткосрочными обязательствами более чем в два, три раза, считается также нежелательным, поскольку, может свидетельствовать о нерациональной структуре капитала.

Частным показателем коэффициента текущей ликвидности является коэффициент срочной ликвидности, раскрывающей отношение наиболее ликвидной части оборотных средств (денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности) к краткосрочным обязательствам. В России его оптимальное значение определено как 0,7 –0,8.

Представляется, что в большинстве случаев наиболее надёжной является оценка ликвидности только по показателю денежных средств. Этот показатель называется коэффициентом абсолютной ликвидности и рассчитывается как частное от деления денежных средств на краткосрочные обязательства. В России его оптимальный уровень считается равным 0,2 – 0,25.

Большое значение в анализе ликвидности предприятия имеет изучение чистого оборотного капитала, который рассчитывается как разность между оборотными активами предприятия и его краткосрочными обязательствами. Чистый оборотный капитал необходим для поддержания финансовой устойчивости предприятия, поскольку превышение оборотных средств над краткосрочными обязательствами означает, что предприятие не только может погасить свои краткосрочные обязательства, но и имеет финансовые ресурсы для расширения своей деятельности в будущем. Наличие чистого оборотного капитала служит для инвесторов и кредиторов положительным индикатором к вложению средств в компанию.

На финансовом положении предприятия отрицательно сказывается, как недостаток, так и излишек чистого оборотного капитала. Недостаток этих средств может привести предприятие к банкротству, поскольку свидетельствует о его неспособности своевременно погасить краткосрочные обязательства. Недостаток может быть вызван убытками в хозяйственной деятельности, ростом безнадёжной дебиторской задолженности, приобретением дорогостоящих объектов основных средств без предварительного накопления денежных средств на эти цели, выплатой дивидендов при отсутствии соответствующей прибыли, финансовой неподготовленностью к погашению долгосрочных обязательств предприятия.

«Таблица 4»

«Коэффициенты ликвидности ОАО КФТТ»

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель ликвидности | Расчёт | Источник информации | 2000  | 2001  | 2002  | 2001-2000 | 2002-2002 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 .Текущая(общая ликвидность) | Оборотныесредства:краткосрочныеобязательства | Строка 3Таблица 1:строка 4Таблица 2 | 0,97 | 0,77 | 0,73 | -0,2 | -0,04 |
| 2 .Срочнаяликвидность | (Денежные средства +краткосрочные финансовые вложения+ чистаядебиторскаязадолженность):краткосрочныеобязательства | (Строка 3Таблица 1 – строка 7Таблица 1):строка 4Таблица 2 | 0,25 | 0,24 | 0,21 | -0,01 | -0,03 |
| 3Абсолютнаяликвидность | Денежные средства:краткосрочныеобязательства | Строка 4Таблица 1:Строка 4Таблица 2 | 0,005 | 0,008 | 0,0002 | 0,003 | -0,008 |
| 4 . Чистыйоборотныйкапитал | Оборотные средства– кчные обязательства | Строка 3Таблица 1-строка 4таблица 2 | 504 | -4291 | -6654 | -4795 | -2363 |

Рассмотрим более подробные расчёты коэффициентов ликвидности.

Текущая ликвидность.

0,77-0,97 = -0,2

0,73-0,77 = -0,04

Срочная ликвидность.

0,24-0,25 = -0,01

0,21-0,24 =-0,03

Абсолютная ликвидность.

0,008 –0,005 = 0,003

0,0002- 0,008 =-0,008

Чистый оборотный капитал.

100 –(2001:2000) 100, 100- (2002:2001) 100

(4291:504) 100=-851,39

(-6654:-4291) 100=-155,06

Мы видим, что финансовое положение данного предприятия вызывает тревогу, так как коэффициенты меньше общепринятых стандартов.

Норматив коэффициента общей ликвидности - от 1 до 2. Для нашего предприятия он приближен к 1 только в 2000 г, далее наблюдается, хотя и незначительное снижение показателя. Но наше предприятие прогнозирует свои платёжные возможности при условии своевременного проведения расчётов с дебиторами.

Норматив коэффициента срочной ликвидности – от 0,7 до 0,8, на нашем предприятии он заметно занижен.

Норматив коэффициента абсолютной ликвидности - от 0,2 до 0,25. Этот коэффициент показывает, что анализируемое нами предприятие в ближайшее время затрудняется погасить краткосрочную задолженность. Самый высокий показатель наблюдался в 2001 г (0,008 =0,1)

 Коэффициенты деловой активности позволяют проанализировать насколько эффективно предприятие использует свои средства. Скорость оборота средств, превращение их в денежную форму, оказывает непосредственное влияние на платежеспособность.

Рассмотрим следующие показатели оборачиваемости: коэффициент оборачиваемости активов, коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, коэффициент оборачиваемости материально – производственных запасов, коэффициент длительности операционного цикла.

Коэффициент оборачиваемости активов – отношение выручки от реализации продукции ко всему итогу актива баланса. Характеризует эффективность использования всех имеющихся ресурсов, независимо от источников их привлечения, т. е. показывает, сколько раз за год совершается полный цикл производства и обращения, приносящий соответствующий эффект в виде прибыли, или сколько денежных единиц реализованной продукции принесла каждая денежная единица активов. На нашем предприятии оборачиваемость активов составляет в 2002, 2000 г – 7 раз, а в 2001 –4.

По коэффициенту оборачиваемости дебиторской задолженности судят, сколько раз в среднем дебиторская задолженность (или счета покупателей) превращались в денежные средства в течение отчётного периода. Рассчитывается, как выручка от реализации продукции разделить на среднегодовую стоимость чистой дебиторской задолженности. На ОАО КФТТ оборачиваемость дебиторской задолженности в 2000,2002 составила 14 дней, а в 2001 г – 23 дня.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности рассчитывается как частное от деления себестоимости реализованной продукции на среднегодовую стоимость кредиторской задолженности, показывает, сколько компании требуется оборотов для оплаты выставленных ей счетов. В 2000 г обществу потребовалось 29 дней, в 2001 г-77 дней, а в 2002 г-44 дня.

 Коэффициент оборачиваемости материально – производственных запасов отражает скорость реализации этих запасов. Он рассчитывается как частное от деления себестоимости реализованной продукции на среднегодовую стоимость материально – производственных запасов. В целом, чем выше показатель оборачиваемости запасов, тем меньше средств связано в этой наименее ликвидной статье оборотных средств, тем устойчивее финансовое положение предприятия.

Длительность операционного цикла определяют в течение, какого периода денежные средства связаны в материально – производственных запасах. Длительность операционного цикла в 2000 г –50 дней, в 2001 г –77 дней. В 2002 г- 44 дня.

Рассчитаем основные показатели (коэффициенты деловой активности) ОАО КФТТ.

«Таблица 5»

«Коэффициенты деловой активности ОАО КФТТ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели деловой активности | Расчёт | Источник информации |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. Оборачиваемость активов | Чистая выручка от реализации: среднегодовая сумма активов | Строка 1 таблицы 3: среднегодовую сумму строка 1 таблица 1 |
| 2. Оборачиваемость дебиторской задолженности | 365:(чистая выручка от реализации: чистая среднегодовая дебиторская задолженность покупателей) | 365:(строка 1 таблицы 3: среднегодовую сумму строка 6 таблицы 1) |
| 3. Оборачиваемость кредиторской задолженности  | 365:(себестоимость реализованной продукции: среднегодовая стоимость кредиторской задолженности поставщикам) | 365:(строка 2 таблицы 3:(строка 210 баланса + строка 240 баланса):2) |
| 4. Оборачиваемость материально- производственных запасов  | 365:(себестоимость реализованной продукции: средне годовую стоимость материально производственных запасов) | 365: строка 2 таблицы 4: среднегодовая сумма строка 7 таблицы 1 |
| 5. Длительность операционного цикла | Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях + оборачиваемость материально производственных запасов в днях | Пункт 2 + пункт 4 таблицы 5 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Значение2000 г. | Значение2001 г. | Значение2002 г. | Изменения2001 г. -2000 г. | Изменения2002 г. - 20001 г. |
| 113426:(13010+18020):2=7,31 |  67167:(18020 + 14089):2=4,18 | 120102:(14089 + 18121):2=7,45 | -3,13характеризует отрицательно | 3,27характеризует положительно |
| 365:(113426:(4680+4502):2=14,77 |  365:(67167:(4502+4199):2=23,6 дня | 365:(120102:(4199+5210):2=14,24 дня | 8,83характеризует отрицательно | -9,36характеризует положительно |
| 365:(104948:(12332+4502):2=29,27 |  365:(68040:14443,5)=77,5 дней | 365:(118156:14369)=44,4 дня | 48,23характеризует отрицательно | -33,1характеризует положительно |
| 365:(104948:(8024+12332):2=35,34 |  365:(68040:1018,5)=53,76 дня  | 365:(118156:(7705 +11773):2=30,09 дня | 18,36характеризует отрицательно | -23,67характеризует положительно |
| 50,17 |  77,36 | 44,30 | 27,19 характеризует отрицательно | -33,06 характеризует положительно |

Как следует из наших расчётов, условия, на которых предприятие получает поставки, несколько лучше, чем условия, предоставляемые предприятием покупателям своей продукции. Приток денежных средств от дебиторов более интенсивен, чем их остаток кредиторам. В 2002 г наметилось ускорение оборачиваемости активов, дебиторской задолженности, кредиторской задолженности, материально – производственных запасов, уменьшился производственный цикл по сравнению с 2001 и 2002 г.

Далее рассмотрим коэффициенты рентабельности. Они показывают, насколько прибыльна деятельность компании. Эти коэффициенты рассчитываются как отношение полученной прибыли к затраченным средствам, либо объёму реализованной продукции.

Коэффициент рентабельности всех активов предприятия рассчитывается делением чистой прибыли на среднегодовую стоимость активов предприятия. Он показывает, сколько денежных единиц потребовалось для получения одной денежной единицы прибыли независимо от источника привлечения этих средств. Этот показатель является одним из наиболее важных индикаторов конкурентно способности предприятия.

Коэффициент рентабельности реализации рассчитывается делением прибыли на объём реализованной продукции. Различаются два основных показателя рентабельности реализации: из расчёта по валовой прибыли от реализации и из расчёта по чистой прибыли.

Коэффициент рентабельности собственного капитала позволяет определить эффективность использования капитала, инвестированного собственниками, и сравнить этот показатель с возможным получением дохода от вложения этих средств в другие ценные бумаги. Рентабельность собственного капитала показывает, сколько денежных единиц чистой прибыли заработала каждая денежная единица, вложенная собственниками компании.

«Таблица 6»

Коэффициенты рентабельности и деловой активности ОАО КФТТ.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показательрентабельности | Расчёт | Источник информации |
| 1 | 2 | 3 |
| 1.Рентабельность внеоборотных активов | Чистая прибыль:Среднегодоваястоимость активов | Строка 10 таблицы 3: среднегодовая сумма строка 1 таблицы 1 |
| 2.Рентабельность реализации | Чистая прибыль: чистая выручка от реализации | Строка 190 ф. № 2: строка 010 |
| 3.Рентабельность собственного капитала | Чистая прибыль: среднегодовая стоимостьсобственного капитала | Строка 10 таблицы 3: среднегодовая сумма строка 1 таблицы 3 |
| 4.Рентабельность всего капитала. | Чистая прибыль: валюта баланса | Строка 10 таблицы 3: строка 300 ф. № 1 |
| 5. Рентабельность перманентного капитала | Чистая прибыль:(итоги Капитал и резервы +Долгосрочные обязательства) | Строка 10 таблицы 3: (строка 490 + строка 590 ф.№1) |
| 6.Общая оборачиваемость капитала | Выручка: валюта баланса | Строка 010 ф.№ 2: строка 300 ф.№ 1. |
| 7.Оборачиваемость мобильных средств | Выручка: итог оборотных активов | Строка 010 ф.№ 2: строка 290 ф. №1 |
| 8. Оборачиваемостьматериальных оборотных средств | Выручка: запасы | Строка 010 ф.№2: строка 210 ф. |

Рассчитаем данные коэффициенты финансовых результатов деятельности предприятия.

1. Рентабельность внеоборотных активов.

 2000 г) 6797: 31402 =0,216 (21,6%)

 2001 г) -5250:21083 = -0,249 (-24,9 %)

 2002 г) -473: 22973 = -0,021 (-2,1 %)

2. Рентабельность реализации.

 2000 г) 6796:113426 =0,059 (5,9 %)

 2001 г) -5250:67167 = -0,078 (-7,8 %)

 2002 г) -473:120102 = -0,003 (-0,3 %)

3. Рентабельность собственного капитала.

 2000 г) 6796:30898 = 0,219 (21,9 %)

 2001 г) -5250:16792 = -0,028 (-2,8 %)

 2002 г) -473:16319 = -0,028 (-2,8 %)

4. Рентабельность всего капитала предприятия.

 2000 г) 6796:49422 = 0,138 (13,8 %)

 2001 г) -5250:35172 = -0,149 (-14,9 %)

 2002 г) -473:41094 = -0,012 (- 1,2 %)

5. Рентабельность перманентного капитала.

 2000 г) 6796:30898 = 0,220 (22 %)

 2001 г) -5250:16792 = -0,313 (-31,3 %)

 2002 г) -473: 16319 = -0,029 (-2,9 %)

6. Общая оборачиваемость капитала.

 2000 г) 113426:49422 = 2,295

 2001 г) 67167: 35172 = 1,109

 2002 г) 120102: 41094 = 2,923

7. Оборачиваемость мобильных средств.

 2000 г) 113426: 18020 = 6,29

 2001 г) 67167: 14089 = 4,77

 2002 г) 120102: 18121 = 6,63

8. Оборачиваемость материальных оборотных средств.

 2000 г) 113426:12332 = 9,197

 2001 г) 67167:7705 = 8,717

 2002 г) 120102:11773 = 10,201

Уменьшение коэффициента рентабельности продаж свидетельствует о снижении спроса на продукцию предприятия. В 2001г рентабельность реализации снизилась по сравнению с 2000 г, а в 2002 г она повысилась по сравнению с 2001 г. Рассмотренные нами другие показатели рентабельности имеют ту же тенденцию. Для наглядности сведём эти показатели воедино.

«Таблица 7»

Сравнительный анализ коэффициентов рентабельности.

 %

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показательрентабельности | 2000 г | 2001 г | 2002 г | 2001-2000 г | 2002-2001 г |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Рентабельность внеоборотных активов | 21,6 | -24,9 | -2,1 | -46,5 характеризует отрицательно | 22,8 характеризует положительно |
| 2. Рентабельность реализации | 5,9 | -7,8 | -0,3 | -13,7 характеризует отрицательно | 7,5 характеризует положительно |
| 3. Рентабельность собственного капитала | 21,9 | -31,3 | -2,8 | -53,2 характеризует отрицательно | 28,5 характеризует положительно |
| 4. Рентабельность всего капитала. | 13,8 | -14,9 | -1,2 | -28,7 характеризует отрицательно | 13,7 характеризует положительно |
| 5. Рентабельность перманентного капитала | 22 | -31,3 | -2,9 | -53,3 характеризует отрицательно | 28,4 характеризует положительно |
| 6. Общая оборачиваемость капитала | 23 | 19,1 | 29,2 | -3,9 характеризует отрицательно | 10,1 характеризует положительно |
| 7.Оборачиваемость мобильных средств | 62,9 | 47,7 | 66,3 | -15,2 характеризует отрицательно | 18,6 характеризует положительно |
| 8.Оборачиваемость материальных оборотных средств | 91,97 | 87,17 | 102 | -4,8 характеризует отрицательно | 14,83 характеризует положительно |

Рассмотрим показатели структуры капитала или коэффициенты платежеспособности.

Показатели структуры капитала характеризуют степень защищённости интересов кредиторов и инвесторов, имеющих долгосрочные вложения в компанию. Они отражают способность предприятия погашать долгосрочную задолженность.

Коэффициент собственности характеризует долю собственного капитала в структуре капитала компании. Коэффициентом собственности, характеризующим достаточно стабильное финансовое положение при прочих равных условиях в глазах инвесторов и кредиторов, является отношение собственного капитала к итогу средств на уровне 60 процентов.

Может рассчитываться также коэффициент заёмного капитала, который отражает долю заёмного капитала в источниках финансирования.

Коэффициент финансовой зависимости характеризует зависимость фирмы от внешних займов. Чем он выше, тем больше займов у компании, и тем рискованнее ситуация, которая может привести к банкротству предприятия. Высокий уровень коэффициента отражает также потенциальную опасность возникновения у предприятия дефицита денежных средств.

Считается, что коэффициент финансовой зависимости в условиях рыночной экономики не должен превышать единицу.

Коэффициент защищённости кредиторов характеризует степень защищённости кредиторов от невыплаты процентов за предоставленный кредит. По этому показателю судят, сколько раз в течение отчётного периода компания заработала средства для выплаты процентов по займам. Этот показатель отражает также допустимый уровень снижения прибыли, используемой для выплаты процентов.

«Таблица 8»

Коэффициенты структуры капитала ОАО КФТТ

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели структурыкапитала | Расчёт | 2000 | 2001 | 2002 | 2001-2000 | 2002-2000 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Коэффициент собственности | Собственный капитал:итог баланса | 22164:49422 =45 % | 16792:35172=47,7 % | 16319:41094=39,71 % | 2,7 | -7,99 |
| Коэффициент финансовой зависимости | Заёмный капитал:собственный капитал | 18524:42249=37 % | 18380:35172=52,3 % | 24775:41094=60,29 % | 15,3 | 7,99 |

Рассмотрим другие финансовые коэффициенты.

Коэффициент автономии на анализируемом нами предприятии свидетельствует, что повышается риск финансовых затруднений в будущие периоды, понижаются гарантии погашения предприятием своих обязательств. Его нормативное ограничение более 0,5.

2001 г – 2002 г) 0,6-0,5 = 0,1(положение ухудшилось)

2002 г – 2001 г) 0,4 – 0,5 = -0,1(положение ухудшилось)

Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств на исследуемом нами объекте отражает в 2001 и 2002 годах превышение величины заёмных средств над собственными источниками их покрытия. В 2000 году он приближен к нормативу.

2001 г – 2000 г) 1,1 – 0,6 = 0,5(положение ухудшилось)

2002 г – 2001 г) 1,5 – 1,1 = 0,4(положение ухудшилось)

Значения коэффициентов маневренности отрицательны, но идёт тенденция к увеличению показателя.

2001 г –2000 г) –0,26 – (-0,16)= 0,1

2002 г – 2001 г) –0,41 –(-0,26)=0,15

Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками показывает, что он меньше нормативного значения (1) поэтому предприятие не обеспечивает запасы и затраты собственными источниками финансирования. Но если рассмотреть его в динамике по годам, то хотя его значение и отрицательное оно постепенно возрастает.

2001 г – 2002 г) - 0,47 – (-0,4) = 0,07

2002 г – 2001 г) –0,52 –(-0,47)= 0,05

Коэффициент покрытия меньше нормативного значения (2), в динамике по годам уменьшается, что показывает плохие возможности предприятия в случае необходимости продажи прочих элементов материальных оборотных средств.

2001г – 2000 г) 0,77 – 0,97 = - 0,2

2002 г – 2001 г) 0,73 – 0,77 = - 0,04

Сведём данные коэффициенты в единую таблицу.

«Таблица 9»

Прочие финансовые коэффициенты ОАО КФТТ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коэффициент | Расчёт | Нормативноеограничение |
| 2000 г | 2001 г | 2002 г |  |
| 1. Автономиистрока 490:строка 700 | 30898:49422=0,6 | 16792:35172=0,5 | 16319:41094=0,4 | Более0,5 |
| 2. Соотношения заёмных и собственных средствстрока (590 + 690): 490 | 18524:30898=0,6 | 18380:16792=1,1 | 24775:16319=1,5 | Максимально1 |
| 3. Маневренностистрока (490 + 590 –490):строка 490 | ( 30898 -31402):30898=-0,16 | (16792-21083):16792=-0,26 | ( 16319 -22973):16319=-0,41 | - |
| 4. Обеспеченности запасов и затрат собственными источникамистрока (490 + 590 –490):строка (210 +220) | (30898 –31402):(12332 +1096)=-0,04 | (16792-21083):7705+1498=-0,47 | (16319-22973):11773+927=-0,52 | 1 |
| 5. Покрытиястрока 290: строка 690 | 18020:18524=0,97 | 14089:18380=0,77 | 18121:24775=0,73 | Минимально2 |

«Таблица 10»

Коэффициенты движения и состояния основных средств.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коэффициенты | Порядок расчёта | Расчёт2000 г | Расчёт2001 г | Расчёт2002 г | Характеристика |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Поступления | Строка 370 (графы 6):строку 370 (графы 6) | 619:65685=0,009 | 451:51156=0,009 | 121:56493=0,002 | Характеризуют вновь введённые в эксплуатацию основные средства в общей стоимости основного капитала |
| Выбытия | Строка 370 (графы 5):строку 370 (графы 3) | 26711:91777=0,29 | 8980:65685=0,14 | 784:57156=0,01 | Характеризуют долю выбывших основных средств в общей стоимости основного капитала |
| Износа | Строка 394:370 строку | 35877:65685=0,55 | 36088:57156=0,63 | 36173:56493=0,64 | Характеризует степень изношенности основных средств |
| Годности | 1- К. износа | 0,45 | 0,37 | 0,36 | Характеризуют долю основных средств, которые используются в х / д. |

Из проведённых расчётов мы видим, что поступлений основных средств за три года практически не наблюдается. Коэффициент выбытия показывает, что самая большая часть приходится на 2001 г, наименьшая на 2002. Изношенность основных средств по данным годам увеличивается, уменьшая неизношенную их часть, что отрицательно сказывается на всём состоянии предприятия. Анализируемое нами предприятие имеет неустойчивое финансовое положение, но принятая стратегия по выведению из кризиса стала приносить ощутимые результаты, например, валовая прибыль, прибыль от продаж в 2001 году имели отрицательный результат, а в 2002 г – положительный.

 «Таблица № 11»

Показатели финансовой деятельности предприятия

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2000  | 2001  | 2002  | 2001 –2000 | 2002-2001 | 2001:2000(%) | 2002:2001(%) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|  Товарооборот | 113426 | 67167 | 120102 | -46259 | 52935 | 59,3 | 178,8 |
| Валовый доход | 8478 | -873 | 1946 | -9351 | 2819 |  |  |
|  Издержки производства и обращения | 104948 | 68040 | 118156 | -36908 | 50116 | 64,8 | 173,7 |
|  Прибыль от реализации | 8471 | -873 | 669 | -9344 | 1542 |  |  |
| Внереализационные доходы | 1778 | 260 | 1419 | 1518 | 1159 | 14,6 | 545,7 |
| Внереализационные потери | 800 | 3752 | 756 | 2952 | -2996 | 469 | 20,1 |
|  Балансовая прибыль | 9066 | -4729 | 535 | -1372 | 5264 |  |  |
| Налог на прибыль | 2270 | 521 | 1008 | -1749 | 487 | 2295 | 193,5 |
| Чистая прибыль | 6796 | 5250 | -473 | -1546 | -5723 |  |  |
|  Численность человек | 640 | 559 | 461 | -81 | -98 | 87,3 | 82,5 |
|  Затраты на производство | 96216 | 62580 | 119959 | -33636 | 57379 | 65,04 | 191,7 |
| В т. ч: Сырьё и материалы  | 78393 | 41132 | 92847 | -37261 | 51715 | 52,5 | 225,7 |
| Энергия | 3550 | 3891 | 4181 | 341 | 290 | 109,6 | 107,5 |
| Заработная плата и отчисления на социальные нужды | 8958 | 13701 | 17829 | 4743 | 4128 | 152,9 | 130,1 |
| Выпуск товаров (м) | 4736 | 3109 | 4363 | -1627 | 1254 | 65,6 | 140,3 |
| Выпуск товаров (тыс. руб.) | 104320 | 65720 | 119459 | -38600 | 53739 | 63 | 181,8 |
| Среднемесячная заработная плата | 1123 | 1602 | 2387 | 479 | 785 | 142,7 | 149 |
| Производительностьтруда | 141 | 122 | 187 | -19 | 65 | 86,5 | 153,3 |
| Фондоотдача | 2,6 | 1,3 | 5,8 | -1,3 | 4,5 |  |  |

За три анализируемых года предприятие работало с наибольшей результативностью в 2002 г, что говорит о правильно выбранной стратегии. За это время численность человек уменьшилась на 179 человек, но возросла их среднемесячная заработная плата, а также производительность труда и товарооборот. Цена производимого товара в 2002 г значительно увеличилась, потому что поставщики подняли закупочную цену на материалы, увеличились тарифы на электроэнергию. В 2002 г значительно уменьшились внереализационные потери, что положительно сказывается на хозяйственной деятельности предприятия. Увеличился коэффициент фондоотдачи.

Общество после полной оплаты уставного капитала акционерами может делать займы посредством выпуска именных облигаций и облигаций на предъявителя. Выпуск облигаций производится по решению Общего собрания акционеров, определяющего цель, сумму и срок займа, число выпускаемых облигаций, их номинальную и выпускную цену, размер процентов и сроки их уплаты, срок и способ погашения.

Дивидендом является часть чистой прибыли Общества, распределяемой среди акционеров пропорционально числу акций, находящихся в их собственности.

Для примера рассчитаем коэффициент рыночной активности – прибыльность одной акции за 2000 г.

Прибыльность одной акции = Чистая прибыль: Число акций в обращении.

6796000:(306827000: 1000) =22,15

где 1000 – стоимость 1 акции

306827000- уставный капитал

6796000 – чистая прибыль

Заключение

Проведённый мной анализ ОАО Курской Фабрики Технических тканей за 2001 г. – 2003 г. показывает, что в 2001 г предприятие работало хуже, чем в 2002г, а в 2000 г – лучше, чем за два этих года.

Анализ общей ликвидности показывает, что оборотных средств всё – таки недостаточно для погашения краткосрочных обязательств. Коэффициент срочной ликвидности должен быть 0,7;0,8. Он же составляет 0,3, что говорит о недостаточности запасов для погашения текущих обязательств. Анализ абсолютной ликвидности показывает, что денежных средств недостаточно у предприятия.

Увеличение рентабельности реализации может быть достигнуто уменьшением расходов, повышением цен на реализованную продукцию, а также превышением темпов роста объёма реализованной продукции над темпами роста расходов.

Расходы могут быть снижены за счёт:

* использования более дешёвых сырья и материалов
* автоматизации производства в целях увеличения производительности труда
* сокращения условно – постоянных расходов
* снизить материально – производственные запасы
* ускорить темпы оплаты дебиторской задолженности
* выявить и ликвидировать неиспользуемые основные средства
* использовать денежные средства, полученные в результате вышеперечисленных действий для погашения долга, выкупа своих акций, или для вложения в другие более доходные виды деятельности

Повышение цен на реализуемую продукцию также может служить средством увеличения рентабельности активов. Однако в условиях рыночной экономики это достаточно сложная задача.

Повышение скорости оборота активов может быть обеспечено посредством увеличения объёма реализации при сохранении активов на постоянном уровне, или же при уменьшении активов.

Коэффициент финансовой зависимости показывает, что предприятие не сильно зависит от внешних займов.

Для принятия финансовых решений необходимо обратить внимание, что финансовые коэффициенты зависят от учётной политики предприятия. Коэффициенты, выбранные в качестве базы сравнения могут быть не оптимальными. Для оптимального управления предприятием требуется грамотное управление оборотным капиталом, запасами, дебиторской задолженностью, денежными средствами, краткосрочными обязательствами. Это принесёт предприятию достаточное количество ликвидных средств и сделает его платежеспособным.

После того, как руководство рассмотрит имеющиеся стратегические альтернативы, оно затем обращается к конкретной стратегии. Целью является выбор стратегической альтернативы которая максимально повысит долгосрочную эффективность организации. Чтобы сделать эффективный стратегический выбор, руководители высшего звена должны иметь четкую, разделяющую всему концепцию фирмы и её будущего. Стратегический выбор должен быть определенным и однозначным.

Выбор стратегии тесно связан с оценкой альтернативных стратегий. Менеджеры, имеющие большой опыт в стратегическом планировании, обычно проводят по парное сравнение стратегий, чтобы каждая альтернатива получила справедливую оценку, прежде чем принять окончательное решение.

Выработка и реализация фирменной стратегии, которая могла бы лучше соответствовать быстро изменяющимся внешним условиям, стала исключительно важной частью деятельности руководства большинства компаний.

В этой связи возросла роль стратегического анализа, как инструмента дающего базу для принятия стратегических решений. Появление новых методов анализа является важным источником повышения конкурентоспособности фирмы, помогая ей в рамках неопределенности четко выработать основные направления деятельности.

Стратегический анализ требует понимания со стороны руководства того, на какой стадии развития находится предприятие, прежде чем решать куда двигаться дальше. Для этого необходима эффективная информационная система, обеспечивающая данными для анализа прошлых, настоящих и будущих ситуаций.

Хорошо проведенная диагностика сильных и слабых сторон деятельности предприятия дает реальную оценку его ресурсов и возможностей, а также является отправной точкой разработки стратегии.

В силу несовершенства законодательства и непредсказуемости рынка к выбору стратегии необходимо подойти очень осторожно.

Высшее руководство фирмы в современных рыночных условиях должно привлекать к разработке стратегических решений аналитиков, иначе, без тщательно проведенного стратегического анализа, такое решение может носить случайный характер, быть не эффективным и способно в условиях жесткой конкуренции привести к банкротству.

Компании должны быть в состоянии давать оценку своей управленческой деятельности, если они намерены обеспечить контроль за проведением финансовых операций и добиться выполнения стоящих перед ними организационных задач.