**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ 5

1.1 Понятие и цели финансового планирования 5

1.2 Организация и процесс планирования. 9

1.3 Финансовый план 12

ГЛАВА 2. ВАЖНЕЙШИЕ ФИНАНСОВЫЕ КОЭФФИЦИЕНТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ 18

2.1 Производные относительные показатели 21

2.2 Показатели доходности 22

2.3 Затоваривание 23

ГЛАВА 3. ПУТИ И ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ 25

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 31

ПРИЛОЖЕНИЕ 33

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 34

# ВВЕДЕНИЕ

Финансовое планирование является важным элементом корпоративного планового процесса. Каждый менеджер, независимо от своих функциональных интересов, должен быть знаком с механикой и смыслом составления, выполнения и контроля финансовых планов, по крайней мере настолько, насколько это касается его деятельности.

Наиболее важными задачами являются следующие. Обеспечение оптимального вклада финансовых планов в корпоративные цели. Это означает, что финансовые планы совместимы с корпоративным планом. Допущения, на которых основаны прогнозы, ясно сформулированы, указаны элементы уместных изменений в будущем. Они учитывают порой конфликтующие интересы участвующих «в доле» (держатели акций, внутренние и внешние группы давления). Финансовые последствия принятия предложений по условиям прибыли, затрат, продажных цен, оборота и т. д. анализируются и уточняются.

Планирование потока наличных средств должно осуществляться так, чтобы компания была в состоянии удовлетворять планируемые требования. Если периоды финансовых трудностей ожидаются в будущем, финансист должен уведомить высшее руководство об альтернативных вариантах действий, в частности о сокращении предложенных проектов до уровня, соотносимого с существующими финансовыми возможностями, или об увеличении дополнительных необходимых средств.

Анализ и оценка любых предложений, прогнозирование возможных последствий принятия предложений и их альтернатив, выбор наилучших вариантов, предоставление рекомендаций делаются в форме, понятной и не финансистам.

Очевидно, что финансовое планирование требует специальных навыков.

Актуальность темы «Финансовое планирование» очевидна в нынешних условиях действительности. Связано это прежде всего с переходом от командной модели экономики при которой планирование осуществлялось централизованно, к рыночным отношениям. Современный рынок предъявляет серьезные требования к предприятию. Сложность и высокая подвижность происходящих на нем процессов создают новые предпосылки для более серьезного применения планирования.

Цель данной работы рассмотреть финансовое планирование предприятия и его совершенствование.

Исходя из цели попытаемся выполнить следующие задачи:

* рассмотреть понятие и цели финансового планирования;
* изучить основные финансовые коэффициенты и показатели;
* исследовать пути и проблемы совершенствования финансового планирования.

# ГЛАВА 1. ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

## 1.1 Понятие и цели финансового планирования

Финансовое планирование - это планирование всех его доходов и направлений расходования денежных средств для обеспечения развития предприятия. Финансовое планирование осуществляется посредством составления финансовых планов разного содержания и назначения в зависимости от задач и объектов планирования.

Исходя из этого финансовые планы можно разделить на перспективные, текущие и оперативные.

Примером сочетания перспективного и текущего планирования является бизнес-план, который принято разрабатывать в развитых капиталистических странах при создании нового предприятия или обосновании производства новых видов продукции. Он составляется на период от трех до пяти лет, поскольку плановые разработки на более длительные периоды не могут быть достоверными.

Бизнес-план не является только финансовым планом, он необходим для разработки стратегии финансирования и привлечения конкретного инвестора на определенных условиях к участию в создании нового предприятия или финансированию новой производственной программы.

Составление бизнес-плана, несомненно, способствует внутреннему управлению предприятием, так как он разрабатывается на основе постановки целей, способов их практического осуществления, увязки финансовых, материальных и трудовых ресурсов. Профессиональное составление бизнес-плана позволяет сохранить средства инвесторов и снижает вероятность банкротства.

Руководство предприятия все время находится перед необходимостью выбора. Оно должно осуществлять выбор оптимальной цены реализации, принимать решения в области кредитной и инвестиционной политики и много другое.

Необходимо добиться такого положения, чтобы вся деятельность предприятия в комплексе была бы рентабельна и обеспечивала бы денежные поступления в объеме, удовлетворяющем заинтересованные в результатах работы предприятия группы лиц (владельцев, кредиторов и пр.). Описание ожидаемых результатов экономической деятельности в будущий период имеет место при составлении бюджетов (планов) предприятия.[[1]](#footnote-1)

Как правило, различают краткосрочное и долгосрочное планирование. Значение некоторых из принимаемых решений распространяется на очень долгую перспективу. Это относится, например, к решениям в таких областях, как приобретение элементов основного капитала, кадровая политика, определение ассортимента выпускаемой продукции. Такие решение определяют деятельность предприятия на много лет вперед и должны быть отражены в долгосрочных планах (бюджетах), где степень детализованности обычно бывает довольно невысока. Долгосрочные планы должны представлять собой своего рода рамочную конструкцию, составными элементами которой являются краткосрочные планы.

В основном на предприятиях используется краткосрочное планирование и имеют дело с плановым периодом, равным одному году. Это объясняется тем, что за период такой протяженности, как можно предположить, происходят все типичные для жизни предприятия события, поскольку за этот срок выравниваются сезонные колебания конъюнктуры. По времени годовой бюджет (план) можно разделить на месячные или квартальные бюджеты (планы).

Невозможно выработать общие правила, устанавливающие степень детализации бюджета. В первую очередь она зависит от того, насколько высок уровень надежности составляемых расчетов. Кроме того, на каждом конкретном предприятии необходимо оценить степень необходимой детализации бюджетов для обеспечения координации отдельных запланированных действий.

Цели планирования могут быть различны на разных предприятиях. Функциям планирования может придаваться разное значение в зависимости от вида и величины предприятия.

Бюджет как экономический прогноз. Руководство любого предприятия независимо от его вида и величины обязано знать, какие задания в области экономической деятельности оно может запланировать на следующий период.

Как указывалось в предыдущем параграфе, группы заинтересованных в деятельности предприятия лиц предъявляют определенные минимальные требования к результатам его работы. К тому же при планировании некоторых видов деятельности необходимо знать, какие экономические ресурсы требуются для выполнения поставленных задач. Это относится, например, к планированию в области привлечения капитала (приобретения кредитов, увеличение акционерного капитала и т.п.) и определения объема инвестиций.

Бюджет как основа для контроля. По мере реализации заложенных в бюджете планов необходимо регистрировать фактические результаты деятельности предприятия. Сравнивая фактические показатели с запланированными, можно осуществлять так называемый бюджетный контроль. В этом смысле основное внимание уделяется показателям, которые отклоняются от плановых, и анализируются причины этих отклонений.[[2]](#footnote-2)

Таким образом пополняется информация обо всех сторонах деятельности предприятия. Бюджетный контроль позволяет, например, выяснить, что в каких-либо областях деятельности предприятия намеченные планы выполняются неудовлетворительно. Но можно, разумеется, предположить и такую ситуацию, когда окажется, что сам бюджет был составлен на основе нереалистичных исходных положений. В обоих случаях руководство заинтересовано в получении информации об этом, с тем чтобы предпринять необходимые действия, т.е. изменить способ выполнения планов или ревизовать положения, на которых основывается бюджет.

Бюджет как средство координации. Бюджет представляет собой выраженную в стоимостных показателях программу действий (план) в области производства, закупок сырья или товара, реализации произведенной продукции и т.д. В программе действий должна быть обеспечена временная и функциональная координация (согласование) отдельных мероприятий.

Рентабельность сбыта зависит, например, от величины ожидаемой цены поставщика и условий производства; количество выпускаемой продукции - от ожидаемого объема реализации; величина отпускной цены - от того, каких объемов закупок сырья и материалов требует программа производства и реализации; и т.д.

Бюджет как основа для постановки задачи. Разрабатывая бюджет на следующий период, необходимо принимать решения заблаговременно, до начала деятельности в этот период. В таком случае существует большая вероятность того, что разработчикам плана хватит времен для выдвижения и анализа альтернативных предложений, чем в той ситуации, когда решение принимается в самый последний момент.

Бюджет как средство делегирования полномочий. Одобрение руководством предприятия бюджета (плана) подразделения служит сигналом того, что в дальнейшем оперативные решения принимаются на уровне этого подразделения (децентрализованно), если они не выходят за установленные бюджетом рамки. Если же бюджеты на уровне подразделений не разрабатываются, руководство предприятия вряд ли будет в такой степени склонно к децентрализации процесса принятия оперативных решений.[[3]](#footnote-3)

## 1.2 Организация и процесс планирования.

Организация планирования зависит от величины предприятия. На очень мелких предприятиях не существует разделения управленческих функций в собственном смысле этого слова, и руководители имеют возможность самостоятельно вникнуть во все проблемы. На крупных предприятиях работа

по составлению бюджетов (планов) должна производиться децентрализовано.

Ведь именно на уровне подразделений сосредоточены кадры, имеющие наибольший опыт в области производства, закупок, реализации, оперативного руководства и т.д. Поэтому именно в подразделениях и выдвигаются предложения относительно тех действий, которые было бы целесообразно предпринять в будущем.

Бюджеты подразделений разрабатываются не изолированно друг от друга. При расчете, например, плановых показателей реализации, а значит и величины покрытия необходимо знать условия производства и запланированные отпускные цены. Чтобы обеспечить действенную систему координации, на многих предприятиях разрабатывается инструкция по составлению бюджетов, в которой содержится повременной план, а также распределение обязанностей и ответственности при расчете бюджетных показателей.

В литературе о планировании на предприятиях обычно различают две схемы организации работ по составлению бюджетов (планов): по методу break-down (сверху-вниз) и по методу build-up (снизу-вверх). По методу break-down работа по составлению бюджетов начинается “сверху”, т.е. руководство предприятия определяет цели и задачи, в частности плановые показатели по прибыли. Затем эти показатели во все более детализированной, по мере продвижения на более низкие уровни структуры предприятия, форме включаются в планы подразделений. По методу build-up поступают наоборот. Например, расчет показателей реализации начинают отдельные сбытовые подразделения, и затем уже руководитель отдела реализации предприятия сводит эти показатели в единый бюджет (план), который в последствии может войти составной частью в общий бюджет (план) предприятия.

Методы break-down и build-up представляют две противоположные тенденции. На практике не целесообразно использовать только один из этих методов. Планирование и составление бюджетов представляют собой текущий процесс, в котором необходимо постоянно осуществлять координацию бюджетов различных подразделений.

Предприятие должно осуществлять планирование и контроль в двух основных экономических областях. Речь идет о прибыльности (рентабельности) его работы и финансовом положении. Поэтому бюджет (план) по прибыли и финансовый план (бюджет) являются центральными элементами внутрифирменного планирования.[[4]](#footnote-4)

Планирование потребности в оборотном капитале. На предприятии необходимо проводить планирование использование как основного, так и оборотного капитала. Важным фактором планирования использования оборотного капитала является планирование времени поступления дохода и расхода. Наличие оборотного капитала предприятия должно покрывать расходы со времени начала производства до оплаты продукта потребителем.

Планирование потребностей в основном капитале. По мере развития предприятия станки изнашиваются, изменяется технология, требуются новые здания, оборудование, компьютеры. Часто сроки приобретения основного капитала достаточно велики.

Это означает, что важно включить финансовое планирование в процесс стратегического планирования предприятия. Если предприятие хочет завоевать новые рынки и расширить производство продукта, оно должно позаботиться о потребности в капитале в процессе формирования долгосрочных планов по маркетингу и основных исследований по производственным методам.Планирование источников дохода. Известно много источников фондов предприятия, включая доход от продажи продукции, инвестиции ее собственников, а также займа. Задача прежде всего состоит в нахождении лучшего источника для каждой потребности и именно в то время, когда возникает такая потребность.Качественное планирование заключается в том, чтобы получать необходимые фонды не только вовремя, но и по самой низкой цене. Для

этого нужно найти банк, который может их предоставить в настоящее время, соотнести источник фондов с целью, для которой они будут использоваться, сбалансировать различные источники, так как нельзя полагаться лишь на банковские займы, только на выпуск акций или поступлений с доходов. В частности, нужно правильно выбрать время: продавать акции, когда рынок акций процветает, не брать взаймы, когда учетные ставки высоки и т.д.

## 

## 1.3 Финансовый план

Финансовый план является неотъемлемой частью бизнес планирования предприятия. Он призван обобщить материалы, изложенные в описательной части планирования для того чтобы представить их в стоимостном выражении. В данном случае необходимо подготовить сразу несколько стандартных для мировой практики документов:

*1. Прогноз объемов реализации.*

Основная задача дать представление о той доле рынка, которую предполагается завоевать новой продукцией. Рекомендуется составлять такой прогноз на три года вперед с разбивкой по годам:

1. первый год — данные приводятся помесячно
2. второй год — данные приводятся поквартально
3. третий год — приводится общей суммой продаж за 12 месяцев.

*2. Баланс денежных расходов и поступлений.*

Главная задача — проверить синхронность поступления и расходования денежных средств, а значит, и будущую ликвидность предприятия при реализации данного проекта. Полученная таким образом информация служит основой для определения общей стоимости всего проекта.

Баланс денежных расходов и поступлений требует тщательной проработки его при составлении, где статьи и суммы вложения средств и их поступления от реализации продукции отражаются:

1. первый год — данные приводятся помесячно
2. второй год — данные приводятся поквартально
3. третий год — приводится общей суммой продаж за 12 месяцев.

*3. Таблицу доходов и затрат.*

Задача данного документа показать, как будет формироваться и изменяться прибыль:

1. первый год — данные приводятся помесячно
2. второй год — данные приводятся поквартально
3. третий год — приводится общей суммой продаж за 12 месяцев.

Среди анализируемых показателей выделяются:

а) доходы от продаж товаров;

б) издержки производства товаров;

в) суммарная прибыль от продаж;

г) общепроизводственные расходы (по видам);

д) чистая прибыль (строка в) минус строка г) ).

*4.Сводный баланс активов и пассивов предприятия.*

Назначение — главным образом для специалистов коммерческих банков в оценке тех сумм, которые намечается вложить в активы разных типов и за счет каких пассивов предприниматель собирается финансировать создание или приобретение этих активов, рекомендуется составлять на начало и конец первого года реализации продукции.

*5.График достижения безубыточности.*

Это схема, показывающая влияние на прибыль объемов производства, продажной цены и себестоимости продукции (в разбивке на условно-постоянные и условно-временные издержки).

С помощью этого графика можно найти так называемую точку безубыточности, то есть тот объем производства, при котором кривая, показывающая изменение выручки от реализации (при заданном уровне цен), пересечется с кривой, показывающей изменение себестоимости продукции. Допускается несколько вариантов такого графика, соответствующих разным уровням цен на продукцию.

*Стратегия финансирования и анализ развития.* В этом разделе должен излагаться план получения средств для создания или расширения предприятия. При этом необходимо ответить на вопросы:

1. Сколько требуется средств для реализации данного проекта.

Ответ на данный вопрос можно получить из предыдущего раздела бизнес-плана «Финансовый план».

2. Источники финансовых ресурсов и форма их получения.

Источниками могут служить:

а) собственные средства;

б) кредиты банков;

в) привлечение средств партнеров;

г) привлечение средств акционеров и так далее.

3. Срок ожидаемого полного возврата вложенных средств и получения инвесторами дохода на них.[[5]](#footnote-5)

Рекомендуется включить в бизнес-план специальные расчеты, дающие возможность определить срок окупаемости вложений.

Классическая форма баланса доходов и расходов включает четыре раздела:

1. Доходы и поступления средств.

2. Расходы и отчисления средств.

3. Платежи в бюджет.

4. Ассигнование из бюджета.

Первые два раздела могут балансироваться разделами, определяющими окончательный результат (сальдо) взаимоотношений хозорганов с бюджетом, то есть третьими и четвертыми разделами. Превышение расходов и отчислений средств над доходами и поступлениями средств финансируется привлечением средств за счет выпуска ценных бумаг за счет полученных кредитов или займов, либо целевыми ассигнованиями из бюджета - государственная субвенция для государственных предприятий. Каждый раздел баланса включает соответствующие показатели.

В первый раздел баланса включаются: чистый доход; амортизационные отчисления, отчисления в ремонтный фонд (резерв); долгосрочные кредиты банков на капитальные вложения; средства фонда накопления, направляемые на финансирование капитальных вложений и других плановых затрат; экономия от снижения себестоимости по строительным монтажным работам; мобилизация внутренних ресурсов в строительстве; выручка от реализации выбывшего имущества; поступления налога на добавленную стоимость и акцизов; средства, поступающие в порядке долевого участия в строительстве; средства от продажи ценных бумаг; прирост оборотных средств; прирост (сокращение) краткосрочных кредитных вложений банков; другие привлеченные средства.

Раздел «Расходы и отчисления средств» отражает.

Важнейшие показатели расходной части: расходы на развитие экономики (финансирование капитальных вложений, затраты на прирост оборотных средств, государственные субвенции), расходы по внешнеэкономическим операциям; отчисления в фонды потребления; расходы на социально-культурные мероприятия; расходы на управление и оборону; прирост краткосрочных кредитных вложений и средств для предоставления долгосрочных кредитов.

Сводный финансовый баланс, таким образом, представляет собой систему финансовых показателей, характеризующих финансовые ресурсы национального хозяйства. Состав показателей, включаемых в сводный финансовый баланс, показывает, что он является инструментом обеспечения сбалансированности материальных и финансовых пропорций плана социально-экономического развития страны. При построении на пятилетний период с разбивкой по годам этот баланс предопределяет масштаб и характер развития финансовых и кредитно-денежных отношений. Сводный финансовый баланс составляется по укрупненным показателям без конкретной привязки их к министерствам и ведомствам. Так, предусмотренная в нем сумма чистого дохода не распределяется по субъектам, то есть по адресам. То же касается и расходов. С помощью данного баланса подготавливается основа для адресного финансового планирования, осуществляемого в процессе составления государственного бюджета и финансовых планов хозяйствующих субъектов.

Раздел «Платежи в бюджет» включают: платежи всех видов налогов, в том числе налога на добавленную стоимость и акцизов.

В разделе «Ассигнования из бюджета» предусматриваются на следующие мероприятия: государственные централизованные капитальные вложения; операционные расходы, финансируемые по решениям правительства и местных органов власти; возмещение расходов по разнице себестоимости и цен; другие расходы целевого назначения.

Хозяйствующие субъекты с небольшими оборотами средств составляют финансовые планы, состоящие из двух разделов: доходов и расходов, где возможные ассигнования из бюджета включаются в состав доходов, а платежи в бюджет - в состав расходов.

Характерной особенностью баланса доходов и расходов является то, что в нем отражаются конечные результаты хозяйственно-финансовой деятельности, а промежуточные -обороты денежных средств - нет.

Расчеты и фиксация оборотов денежных средств осуществляются в специальном финансовом плане - платежном календаре. В разделе «Поступления» отражаются: доход от реализации продукции, работ и услуг, поступления краткосрочных кредитов банков, просроченной дебиторской задолженности, прочие поступления денежных средств, остаток средств в кассе и на банковском счете. В разделе «Расходы» отражаются затраты на приобретение товарно-материальных ценностей, оплату труда, уплату налогов, погашение ссуд банков, уплату вознаграждения интереса, прочие расходы. Таким образом, с помощью платежного календаря осуществляется оперативное финансовое планирование в течение коротких промежутков времени (от месяца до пяти дней в зависимости от объемов оборотов).

Платежный календарь дополняет баланс доходов и расходов в части конкретизации и последовательности сроков расчетов, что обеспечивает их своевременность.

Некоторые особенности имеются в финансовых планах сельскохозяйственных предприятий, организаций кооперации.

Организации и учреждения некоммерческих видов деятельности непроизводственной сферы, как правило, не имеют собственных источников доходов и финансируются из бюджета. Они ежегодно разрабатывают сметы, представляющие собой вид финансовых планов. В них указываются предусмотренные планом количественные показатели (например контингент учащихся, штатная численность персонала) и потребность в финансировании по каждому направлению затрат, рассчитанная по установленным нормам.

Путем суммирования смет отдельных организаций и учреждений формируются сводные сметы министерств, ведомств, отделов местных органов управления. Проекты сводных смет согласовываются с финансовыми органами и учитываются при составлении государственного бюджета республики.

# ГЛАВА 2. ВАЖНЕЙШИЕ ФИНАНСОВЫЕ КОЭФФИЦИЕНТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ

Некоторые из наиболее важных показателей и характеристик содержатся в отчетном балансе. Сошлемся на такой пример (табл. 1).

Таблица 1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Компания ***«МОНОЛИТ»*** | | |  | |  |
| Отчетный баланс по состоянию на 31 декабря 2010г. (тыс. у.е) | | | | | |
|  | Стоимость | Амортизация | | Остаточная  стоимость | |
| *ОСНОВНЫЕ ФОНДЫ* |  |  | |  | |
| Земля | 20 | — | | 20 | |
| Сооружения | 144 | 40 | | 104 | |
| Оборудование | 36 | 12 | | 24 | |
| **Всего:** | 200 | 52 | | 148 | |
| *ОБОРОТНЫЕ ФОНДЫ* |  |  | |  | |
| Запасы | 72 |  | |  | |
| Дебетовая часть счетов | 100 |  | |  | |
| Касса | 20 |  | |  | |
| *КРАТКОСРОЧНЫЕ ДОЛГОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА* |  |  | |  | |
| Всего |  | 192 | |  | |
| Торговые кредиторы |  | 64 | |  | |
| **Всего:** |  |  | | 128 | |
| *Чистые вложенные активы* |  |  | | 276 | |
| *ФИНАНСИРОВАНИЕ ЗА СЧЕТ:* |  |  | |  | |
| - акционерного капитала |  |  | | 150 | |
| - резервов |  |  | | 76 | |
| - заемного капитала с 10% ставкой |  |  | | 50 | |
| *ОБЩИЙ ВЛОЖЕННЫЙ КАПИТАЛ* |  |  | | 276 | |
|  |  |  | |  | |
| Счет прибылей и убытков и оборота по состоянию на 31 декабря 2010г. (тыс. у.е.) | | | | | |
| *СБЫТ* |  | |  | | 400 |
| Минус издержки сбыта |  | |  | | 300 |
| *Валовая прибыль* |  | |  | | 100 |
| Минус расходы |  | |  | | 100 |
| *ПРИБЫЛЬ ОТ НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ* |  | |  | | 76 |
| Налоги |  | |  | | 28 |
| *Прибыль после налогооблажения* |  | |  | | 48 |
| Примечание: |  | |  | |  |
| 1.Запас в начале отчетного периода |  | |  | | 88 |
| 2.Дивиденты по акциям |  | |  | | 15 |
| 3.Рыночная стоимость акции номиналом 1у.е. |  | |  | | 2.5 у.е. |

*Первичные относительные показатели.* Среди них прежде всего следует выделить возврат от вложенного капитала (окупаемость), который равен прибыли после налогообложения, поделенной на разность между общей стоимостью имущества и краткосрочными долговыми обязательствами и умноженной на 100%. Если подставить в формулу данные табл. 1, получим

(48/276) х 100 = 17.4%

Под вложенным капиталом понимается общая стоимость имущества (по рыночной цене) минус краткосрочные долговые обязательства. Существуют и другие определения, но для всех них отправной точкой является вышеизложенное. Отдача от вложенного капитала (ОВК) является важным показателем эффективности менеджмента.

*Норма прибыли* характеризуется соотношением между чистой прибылью и объемом продаж. Этот показатель оценивает приемлемость продажных цен и эффективность производства. Он равен прибыли после налогообложения, разделенной на объем сбыта, умноженный на 100%, то есть

(48/400) х 100 = 12.0%

*Оборот капитала.* Этот показатель характеризует соотношение между объемом сбыта и вложенным капиталом, то есть оценивает степень, до которой чистые вложенные активы генерируют сбыт. Отметим, что этот показатель выражается как коэффициент, а не как процент. Если объем сбыта равен 400, а вложенный капитал — 276, то оборот капитала составит то есть каждая единица вложенного капитала обеспечила сбыт на 1,45 у.е.

400/276 = 1.45

Соответствующий агрегатный первичный показатель равен норме прибыли, помноженной на оборот капитала:

12.0 х 1.45 = 17.4

*Соотношение оборотного капитала и* *суммы краткосрочных обязательств.* Этот показатель увязывает объем действующего капитала и платежеспособность предпринимателя.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Оборотный капитал |  | 192 |  | 3 |
| —————————————— | = | ———— | = | — |
| Краткосрочные обязательства |  | 64 |  | 1 |

*Уровень ликвидности* означает оценку способности фирмы к удовлетворению краткосрочных долговых обязательств. Определяется как отношение ликвидных фондов (т. е. оборотные фонды минус запасы) к краткосрочным обязательствам. Если ликвидные средства равны 120, а краткосрочные обязательства — 64, то уровень ликвидности составит[11, 391]

120/64 = 1.9 **:** 1.

## 

## 

**2.1 Производ****ные относительные показатели**

*Оборот запасов* указывает на эффективность контроля запасов. Следует избегать чрезмерных запасов в целях препятствования неэкономичному связыванию действующего капитала. Вычисляется как соотношение издержек сбыта и среднего уровня запасов, то есть

300/((88 + 72)/2) = 3.75 (раза, или примерно каждые 97 дней).

*Средний период погашени**я покупа**тельской задолженности* указывает на уровень, в пределах которого потребители оплачивают продажу в кредит. Является мерой измерения эффективности кредитного контроля. Получается при делении дебетовой части счетов на средний ежедневный объем продаж:

(100/400) х 365 = 91 (день)

*Оборачиваемость кр**едито**в* вычисляется как соотношение между кредитовой частью счетов и издержек сбыта или закупок (если они известны). Полученное умножается на 365 дней:

(64/384) х 365 = 60 (дней)

## 

## 2.2 Показатели доходности

*Уровень дох**одности дивидендов* — это уровень отдачи от обычных акций по отношению к их рыночной цене. Определяется как отношение дивиденда и рыночной цены акций, умноженное на 100%:

(15/2.5) х 100% = 6%

*Доходность акции* — указание держателю обычной акции о возможном доходе, если бы вся достигнутая прибыль была распределена. Доход означает прибыль после налогообложения применительно к держателю обычной акции, включая любые преференциальные дивиденды и т. п.

Доходность акции определяется как отношение между доходами от обычной акции и рыночной ценой акции, умноженное на 100%:

(48 **:** 150)/2.5 х 100 = 12.8 %

*Соотношение курса акции и доходов* оценивает число лет, в течение которых акция окупится (при неизменной рыночной цене).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Рыночная цена |  | 2.5 |  |  |
| —————————— | = | ———— | = | 7.8 (лет) |
| Доходы от акции |  | 48 **:** 150 |  |  |

*Уровень* *«джиринга» капитала* (Gearing) является показателем взаимосвязи между капиталом с фиксированными процентами (привилегированные акции и долговые обязательства) и обычными акциями. Компания с большим объемом обычных акций именуется низкоприводной, а компания с преобладанием капитала с фиксированными процентами — высокоприводной. Этот показатель определяется как отношение суммы привилегированных акций (если таковые имеются) и долговых обязательств к капиталу от обычных акций:

50/150 = 1 **:** 3

## 2.3 Затоваривание

Затоваривание является проблемой, возникающей в связи со слишком быстрым увеличением сбыта. В конечном счете возникает серьезный дефицит наличности, означающий, что требования по выплате зарплаты, налогов и долгов не будут удовлетворены.

Типичным примером является ситуация, когда компания принимает дополнительные заказы. Это означает наем дополнительных рабочих или сверхурочные. В то же время необходимы дополнительные закупки сырья в кредит. Если производственный цикл достаточно продолжителен, то, несмотря на то что наличные будут выплачиваться более или менее последовательно, в рассматриваемый период может и не быть дополнительных поступлений средств. Дополнительно произведенная продукция будет продаваться без замедлении, но в определенных обстоятельствах может принять форму накопления запасов. В таком случае нехватка наличности может привести к снижению цен на продукцию в целях увеличения сбыта, но это скажется на прибыльности.

Анализируя ситуацию, показанную в отчетном балансе, очень важно обнаружить признаки затоваривания. Наиболее значимыми из них являются следующие:

1. бизнес занимает гораздо больше времени, чем требуется для выплаты всех кредитов. Это не всегда просто обнаружить. Указателем может стать увеличение общих заимствований;
2. увеличение запасов без увеличения их оборачиваемости;
3. рост уровня заимствований до тех пор, пока доля заимствований по отношению к активам держателей акций не станет чрезмерной;
4. общая прибыль начинает уменьшаться;
5. любые неожиданные взлеты или падения различных показателей.

Необходимо напомнить, что лучше сравнить данные за три и более лет, чтобы исключить вероятность случайных изменений данных.

Сравнения

*Вн**утренние сравнения*

Внутренние сравнения должны делаться между подразделениями и группами продукции. Однако во многих случаях такие сравнения затруднительны, поскольку вложенный капитал и прибыль по каждому подразделению различны.

*Внешние сравнения*

Результаты деятельности компании должны сравниваться с итогами конкурентов, хотя это и имеет ограниченную ценность по следующим причинам:

1. счета подготавливаются на основе длительного периода;
2. разные компании имеют различия в прибылях и издержках;
3. влияние различий в направлениях деятельности;
4. использование трансфертных цен между компаниями одной группы, обусловливающее несопоставимость данных.

# ГЛАВА 3. ПУТИ И ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Наряду с осознанной необходимостью широкого применения совершенного финансового планирования в нынешних условиях действуют факторы, ограничивающие его использование на предприятиях. Основные из них:

* высокая степень неопределённости на рынке, связанная с продолжающимися глобальными изменениями во всех сферах общественной жизни (их непредсказуемость затрудняет планирование);
* незначительная доля предприятий, располагающая финансовыми возможностями для осуществления серьёзных финансовых разработок;
* отсутствие нормативно- правовой базы отечественного бизнеса.

Большие возможности для осуществления эффективного финансового планирования имеют крупные компании. Они обладают достаточными финансовыми средствами для привлечения высококвалифицированных специалистов, обеспечивающих проведение широкомасштабной плановой работы в области финансов.

На небольших предприятиях, как правило, для этого нет средств, хотя потребность в финансовом планировании больше, чем у крупных. Малые фирмы чаще нуждаются в привлечении заёмных средств для обеспечения своей хозяйственной деятельности, в то время, как внешняя среда у таких предприятий менее поддаётся контролю и более агрессивна. И как следствие- будущее небольшого предприятия более неопределённо и непредсказуемо.

Для казахстанских предприятий можно очертить две сферы, нуждающиеся в применении планирования:

1)Вновь созданные частные фирмы. Бурный процесс накопления капитала привел к увеличению и осложнению деятельности многих из этих фирм, а также к возникновению других факторов, создающих потребность в формах планирования, адекватных современному рыночному хозяйству.

Главная проблема, связанная с применением планирования в этой сфере, - недоверие к формальному планированию, основанное на мнении, что бизнес ⎯ это умение «крутиться», правильно ориентироваться в текущей обстановке, а отсюда недостаточное внимание даже к не очень отдаленному будущему. Тем не менее, многие из крупных фирм начали создавать подразделения планирования, или, по крайней мере, ввели должность финансиста-плановика.

2)Государственные и бывшие государственные, ныне приватизированные предприятия. Для них функция планирования является традиционной. Однако их опыт планирования относится в основном к периоду централизованной экономики. Отсюда планирование на этих предприятиях носило вторичный характер, отражало плановую деятельность на центральном и отраслевом уровнях, и, следовательно, не предполагало серьезного умения анализировать и предвидеть собственные цели развития.

Поэтому, как организациям первого типа, так и государственным и приватизированным предприятиям необходимо заново осваивать опыт внутрифирменного планирования.[[6]](#footnote-6)

Вообще в планировании всегда присутствовал элемент неоправданного обобщения частного опыта. Присутствует он и сейчас: единые принципы и форматы планирования, включая критерии эффективности, методы контроля, использовались практически без изменений во всех регионах, отраслях, для всех предприятий холдингов и групп, почти без учета особенностей организационных структур, систем управления, систем распределения, делегирования полномочий, взаимосвязей между текущими и стратегическими задачами, региональными и отраслевыми особенностями предприятий. Другая характерная особенность — неумение выделять приоритеты.

Анализ причин недостаточной эффективности функционирования целого ряда предприятий позволил выявить основные проблемы и сформулировать следующие принципы постановки системы планирования:

* процесс изменения системы планирования должен успевать за процессами слияния, поглощения, соответствующими изменениями в структурах, системах управления предприятий и холдингов;
* планирование (корректировка и уточнение) должно осуществляться «сверху вниз» по принципу «дерева целей» то есть системно, тогда планы будут комплексными и самодостаточными;
* должно осуществляться сценарное планирование с учетом изменений внешней среды, внешних и внутренних рисков;
* нужно планировать защитные действия и контрдействия для компенсации реальных угроз конкурентов, их лоббистских действий и т.д.;
* следует оптимизировать планы и производственные программы с учетом стратегических интересов собственника, по экономическим и инвестиционным критериям;
* система планирования должна быть привязана к имеющейся на предприятии системе центров ответственности, полномочий, системе контроллинга, иначе реализация даже самых лучших планов будет неэффективной;
* обязательное требование — система планирования должна включать в себя систему мотивации для топ-менеджеров, «ключевых» руководителей и специалистов.

Реализация этих принципов построения системы планирования позволяет (разумеется, в комплексе с другими компонентами менеджмента) выстроить и реализовать стратегию, минимизирующую вероятность потерь.

По мнению Евгения Емельянова, ведущего специалиста консультационной фирмы в области финансов, процесс планирования должен идти «сверху вниз».

При этом «сверху» — это не от главного управляющего, а от учредителей, владельцев, инвесторов, тех людей, кому принадлежит данный бизнес. Если это правило не соблюдается, то планирование превращается в абсолютно бессмысленную акцию.

Есть две основные линии, по которым надо все правильно построить: стратегическое планирование и, соответственно, стратегическое управление бизнесом и оперативное (тактическое) планирование.

Если говорить о стратегическом планировании, то это прежде всего поиск тех точек, направлений и способов ведения бизнеса, которые дадут максимальный результат в определенной временной перспективе. Она может быть краткосрочной (до одного года), среднесрочной (до трех лет) или долгосрочной.

Но самое главное в стратегическом планировании — ответить на вопрос: «Куда бить будем, ребята?» И когда стратегические приоритеты и цели созданы, начинается построение плана: «Что мы должны сделать, чтобы этого достичь?»

Теперь об оперативном управлении. Подразумевается, что каждый день, неделю, месяц в любом бизнесе что-то происходит или должно происходить. Поэтому планерки, совещания и иные мероприятия помогают оперативно управлять процессом.

Основная трудность при планировании — внедрение. План написать не так сложно, но как сделать чтобы он заработал?

Планы, конечно, должны быть «работоспособными», и необходимо, чтобы в них присутствовали реальные желания высших руководителей компании. Часто планы, составленные другими людьми, не работают как раз по причине своей чужеродности.

Также план должен быть реалистичен с точки зрения рынка. То есть нужен маркетинговый анализ: есть ли рынок, есть ли определенное число потребителей, готовы ли они заплатить деньги? Часто компании этого не учитывают. В стратегическом планировании как части стратегического управления ключевым моментом, конечно, является рынок, и главное — попасть в точку, не просчитаться.

Следующий аспект планирования — возможности организации. Необходимо просчитать, достаточно ли ресурсов под хороший рынок.

И еще очень тонкий момент, возникающий при внедрении. Планы должны быть усвоены менеджерами, они должны захотеть это сделать. Проблемная область — это именно стратегическое планирование. Тактическое планирование пытаются так или иначе реализовывать: строить текущие планы, графики, планировать встречи и так далее. Хотя зачастую графики строят, а ответственных забывают назначить.

Но это уже вопрос научения, а со стратегическим планированием все намного сложнее. На «стратегический» уровень выходят только сильные, крупные компании. Перед ними встает задача выхода на новый уровень бизнеса, и появляется потребность в планировании совсем другого рода.

Чтобы такую потребность удовлетворить, надо иметь серьезную информацию о том, как развивается подобный бизнес в других странах, как может развиваться такой бизнес в Казахстане с учетом политических и экономических условий через пять лет, — то есть информацию, которую нужно специально собирать.

Самая распространенная проблема — это реструктуризация. То есть компания «выросла», необходимы комплексные организационные изменения. А за этим уже идет системная работа по стратегии, маркетингу, формированию персонала, корпоративной культуре.

Но потребность в серьезном планировании ограничивается только этими организациями. Хорошие планы сейчас встречаются в одной компании из десяти, а полное их отсутствие — в четырех из десяти.

Но, с другой стороны, большая часть компаний их уже делает. Если сравнивать с 1998 годом, то прогресс очень значительный.

И развитие будет происходить в положительном направлении, тем более что степень неопределенности ситуации в стране, регионе, будет уменьшаться. Появляется также цивилизованная маркетинговая информация.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Жизнедеятельность фирмы невозможна без планирования, "слепое" стремление к получению прибыли приведет к быстрому краху. При создание любого предприятия необходимо определить цели и задачи его деятельности, что и обуславливает долгосрочное планирование. Долгосрочное планирование определяет среднесрочное и краткосрочное планирование, которые рассчитаны на меньший срок и поэтому подразумевают большую детализацию и конкретику. Основой планирования является план сбыта, так как производство ориентировано в первую очередь на то, что будет продаваться, то есть пользоваться спросом на рынке. Объем сбыта определяет объем производства, который в свою очередь, определяет планирование всех видов ресурсов, в том числе трудовые ресурсы, сырьевые запасы и запасы материалов. Это обуславливает необходимость финансового планирования, планирование издержек и прибыли. Планирование должно осуществляться по жесткой схеме, использовать расчеты многих количественных показателей.

Планирование и моделирование дальнейшей деятельности, конечно же, носит несколько абстрактный характер из-за непредсказуемости ряда внешних факторов, но дает возможность учесть те изменения, которые не всегда очевидны на первый взгляд.

В настоящее время стратегический анализ является одной из основополагающих дисциплин, которые необходимо знать любому менеджеру. Процесс стратегического планирования включает в себя ряд важных операций: планирование издержек, планирование производства, планирование сбыта и финансовое планирование (планирование прибыли).

Стратегический анализ, как наука, позволяет предпринимателю так спланировать деятельность фирмы в кратком, среднем и долгом периодах, чтобы обеспечить получение фирмой максимально возможной прибыли с минимальными затратами в условиях изменчивости состояния рынка.

Конечно это связано с неизбежным финансовым риском, особенно в современных условиях, но правильно проведенное планирование позволит свести риск к минимуму.

Нельзя забывать о том, что мы находимся в особо жестких условиях экономики, в которых некоторые рыночные законы действуют с точностью до наоборот, однако, с учетом того, что до перестройки наша страна в течение многих лет являлась ярким примером авторитарной директивно-плановой экономики, то процесс планирования производственно-коммерческой деятельности предприятия и основных рыночных показателей имеет под собой многолетний опыт. Разумеется, с наступлением этапа реформ в нашем государстве изменились как методы планирования, так и его задачи.

Приложение **1.**



**Рис. 1 Оборотные средства предприятия**

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. “Теория экономического анализа” Москва “Финансы и статистика”, 1993 г.
2. Большаков C.В. «Финансовая политика и финансовое регулирование экономики переходного периода» - Финансы. 1994г. № 11.
3. Власова В.М. и др. Основы предпринимательской деятельности. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 125с.
4. Камаев В.Д. Экономическая теория. – М.: Гуманит. Изд. Центр ВЛАДОС, 2002
5. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия: проблемы, концепции, методы. — М.: ЮНИТИ, 1997. — 576с.
6. Кузнецова Е.В “Финансовое управление компанией” Москва, "Правовая Культура", 1995г.
7. Лавров В. В. Финансы и кредит. М.: Финансы. 1997
8. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
9. Первозванский А.А., Первозванская Т.Н. “Финансовый рынок: расчет и анализ” Москва “Инфра-М” 1994 г.
10. Финансы: Учебник для вузов / Под. ред. проф. М.В. Романовского, проф. О.В. Врублевской, проф. Б.М. Сабанти. – М.: Юрайт-М, 2002г.
11. Финансы: Учебник для вызов / Под. ред. проф. Л.А. Дробозиной. – М.: ЮНИТИ, 2001г.
12. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. “Методика финансового анализа” Москва “Инфра-М” 1997
13. Шишкин А.К., Вартанян С.С., Микрюков В.А. “Бухгалтерский учет и финансовый анализ на коммерческих предприятиях” Москва, “Инфра -М” 1996 г.
14. Экономика предприятия: Учебник / Под. ред. проф. О.И. Волкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2001г.

1. Кузнецова Е.В “Финансовое управление компанией” Москва, "Правовая Культура", 1995г. [↑](#footnote-ref-1)
2. Первозванский А.А., Первозванская Т.Н. “Финансовый рынок: расчет и анализ” Москва “Инфра-М” 1994 г [↑](#footnote-ref-2)
3. Власова В.М. и др. Основы предпринимательской деятельности. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 125с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Экономика предприятия: Учебник / Под. ред. проф. О.И. Волкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2001г. [↑](#footnote-ref-4)
5. Баканов М.И., Шеремет А.Д. “Теория экономического анализа” Москва “Финансы и статистика”, 1993 г. [↑](#footnote-ref-5)
6. Финансы: Учебник для вызов / Под. ред. проф. Л.А. Дробозиной. – М.: ЮНИТИ, 2001г. [↑](#footnote-ref-6)