

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(**Н И У « Б е л Г У »**)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

Кафедра «Бухгалтерский учет и аудит»

**ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

Выпускная квалификационная работа

студента очной формы обучения
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
профиль «Коммерция»
4 курса группы 06001218
Лисицкого Артема Александровича

Научный руководитель
к.э.н., доц. Калуцкая Н.А.

БЕЛГОРОД 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....	6
1.1. Сущность, цели и содержание коммерческой деятельности в розничной торговле.....	6
1.2. Основные формы и методы коммерческой деятельности.....	17
1.3. Значение финансового обеспечения коммерческой деятельности организации.....	21
Глава 2. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «БЕЛГОРОДСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ».....	27
2.1. Организационная характеристика ОАО «Белгородский Хладокомбинат».....	27
2.2. Анализ основных экономических показателей ОАО «Белгородский хладокомбинат».....	36
2.3. Анализ системы финансового планирования и корпоративного бюджетирования в ОАО «Белгородский хладокомбинат».....	43
Глава 3. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «БЕЛГОРОДСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ».....	48
3.1. Мероприятия по совершенствованию финансового обеспечения коммерческой деятельности розничной торговли.....	48
3.2. Совершенствование коммерческой работы предприятия розничной торговли.....	54
Заключение	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	66
Список приложений.....	70

ВВЕДЕНИЕ

Развитие рыночных отношений связано с движением товаров от производителей до их конечных потребителей, обусловленным объективным и непрерывным процессом углубления общественного разделения труда. Сфера товарного обращения в условиях развитого рынка не только охватывает торговлю, но и распространяется на все общественное производство. В связи с этим формирующаяся в бухгалтерском учете информация о движении товаров приобретает первостепенное значение для управления всем комплексом товарных операций. Учет при этом обеспечивает сохранность товаров, информацию о движении цен и себестоимости, оценку эффективности производства и реализации товаров.

В соответствии со ст. 4 Закона РФ от 22.03.91 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» товаром является продукт деятельности (включая работы, услуги), предназначенный для продажи или обмена. Извлекая прибыль (выгоду) для себя, предприниматель в торговле в первую очередь заботится об удовлетворении запросов каждого потребителя (клиента) в отдельности.

На современном этапе ужесточения конкуренции создались условия для повышения активности всех субъектов рыночной экономики путем изменения политики цен, стимулирования банковской деятельности, развития рынка ценных бумаг и прочее. Главная цель коммерческой деятельности – получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре торгового обслуживания. Эта цель в равной степени важна как для организаций и предприятий, так и для отдельных лиц, осуществляющих операции купли-продажи на рынке товаров и услуг.

Значение финансового обеспечения для хозяйствующего субъекта состоит в том, что оно: воплощает выработанные стратегические цели в форму конкретных финансовых показателей; обеспечивает финансовыми ресурсами заложенные в производственном плане экономические пропорции развития;

служит инструментом получения финансовой поддержки от внешних инвесторов. Методология финансового обеспечения предназначена для организации системы анализа и планирования денежных потоков, основанной на разработке и контроле исполнения иерархической системы бюджетов предприятия, которая позволит установить жесткий текущий и оперативный контроль за поступлением и расходованием средств, создать реальные условия для выработки эффективной финансовой стратегии.

Актуальность проблемы финансового обеспечения обусловлена тем, что сегодня бюджетирование используется в российских компаниях крайне редко. Это объясняется нестабильностью инфляционных процессов, налогового законодательства, высокой степенью неопределенности на российском рынке и другими ограничивающими факторами. Однако, общепризнанно, что эффективное управление финансами предприятия возможно лишь при планировании всех финансовых потоков, процессов и отношений хозяйствующего субъекта.

Целью написания выпускной квалификационной работы является исследование особенностей и совершенствование финансового обеспечения коммерческой деятельности на предприятиях розничной торговли.

С учетом поставленной цели были установлены следующие задачи:

- раскрыть теоретические аспекты организации коммерческой деятельности на предприятии розничной торговли;
- изучить организационно — экономическую характеристику ОАО «Белгородский хладокомбинат»;
- рассмотреть основные пути совершенствования коммерческой работы предприятия.

В качестве объекта исследования выступает ОАО «Белгородский хладокомбинат», предмет исследования — финансовое обеспечение коммерческой деятельности ОАО «Белгородский хладокомбинат» .

Теоретической основой выпускной квалификационной работы послужили

научные достижения отечественных и зарубежных ученых, периодические издания в области коммерции, торгового дела, менеджмента. При исследовании особенностей финансового обеспечения коммерческой деятельности розничной торговли наиболее значимых результатов достигли такие ученые, как Бланка И.А., Вахрушиной М.А., Ильдеменова С.В., Керимова В.Э., Стоянова Е.С., Черных И. Н. многие другие.

Методологическими основами написания выпускной квалификационной работы стали системный подход, при котором организация рассматривается как сложная система, действующая в среде открытых систем и состоящая в свою очередь из взаимосвязанных подсистем; комплексный анализ всех подсистем и составляющих ее элементов; сравнительный и логический анализ; принцип учета специфики.

В качестве информационной базы написания выпускной квалификационной работы послужили: годовая бухгалтерская отчетность предприятия за 2013–2015 гг..

Во введении представлена актуальность темы исследования, поставлена цель, определены задачи, предмет и объект исследования, обозначается теоретическая, информационная и методологическая базы исследования. В первой главе выпускной квалификационной работы рассмотрены теоретические основы организации коммерческой деятельности на предприятиях розничной торговли. Во второй главе представлена организационно — экономическая характеристика ОАО «Белгородский хладокомбинат», проведен анализ основных показателей финансово — хозяйственной деятельности организации, анализ системы финансового планирования и корпоративного бюджетирования в ОАО «Белгородский хладокомбинат». В третьей главе работы предложены мероприятия по повышению эффективности работы торгового предприятия ОАО «Белгородский хладокомбинат». В заключении выпускной квалификационной работы сделаны выводы по теме исследования.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1. Сущность, цели и содержание коммерческой деятельности в розничной торговле

Выделение торговли в отдельную отрасль экономики связано с общественным разделением труда и стремлением к более эффективному использованию имеющихся ресурсов.

Торговля выполняет ряд функций, влияющих на развитие рыночной экономики, среди них:

- доведение предметов потребления до потребителей. Выполняя данную функцию, торговля организует пространственное перемещение товаров от производителей к потребителям, осуществляя при этом ряд операций по продолжению процесса производства в сфере обращения (например, транспортировку, хранение);

- поддержание баланса между предложением и спросом с одновременным активным воздействием на производство в части объема и ассортимента выпускаемой продукции;

- сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на приобретение товаров) путем совершенствования технологии продаж, информационных услуг и пр.;

- создание рабочих мест для лиц, занятых в торговом процессе. Эта функция напрямую влияет на решение проблемы занятости населения [43,с.56].

Различают следующие виды торговли:

- оптовая - реализации товаров, как правило, крупными партиями, что предполагает их дальнейшую перепродажу или переработку. Товары в результате оптового оборота в конечное потребление не поступают;

– розничная - торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью [49, с.53].

Так как объектом исследования выступает предприятие розничной торговли, которое занимается реализацией фармацевтических товаров в диплом-ной работе более подробно будем рассматривать данный вид торговли (35).

Основным критерием, позволяющим отличить розничную торговлю от оптовой, является конечная цель использования приобретаемого покупателем товара (Письмо ФНС России от 18.01.2006 г. № ГИ-6-22/31 о направлении Письма Минфина России от 28.12.2005 г. № 03-11-02/86) (32). В соответствии с данным Письмом розничная торговля - предпринимательская деятельность, связанная с торговлей товарами (в том числе за наличный расчет, а также с использованием платежных карт) на основе договоров розничной купли-продажи.

Розничная торговля, осуществляемая через магазины и павильоны с площадью торгового зала более 150 квадратных метров по каждому объекту организации торговли, признается видом предпринимательской деятельности, в отношении которого согласно подпункту 6 пункта 2 статьи 346.26 Налогового Кодекса РФ единый налог на вмененный доход не применяется [2].

Таким образом, к розничной торговле в целях главы 26.3 Налогового Кодекса РФ относится предпринимательская деятельность, связанная с торговлей товарами как за наличный, так и безналичный расчет по договорам розничной купли-продажи независимо от того, какой категории покупателей (физические или юридические лица) реализуются эти товары. При этом определяющим признаком договора розничной купли-продажи в целях применения единого налога на вмененный доход является то, для каких целей налогоплательщик реализует товары организациям и физическим лицам: для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с

предпринимательской деятельностью, или для использования этих товаров в целях ведения предпринимательской деятельности [2, с. 50].

На предприятиях розничной торговли основным объектом являются товары.

Общая схема движения товаров в организации представлена на рисунке 1.

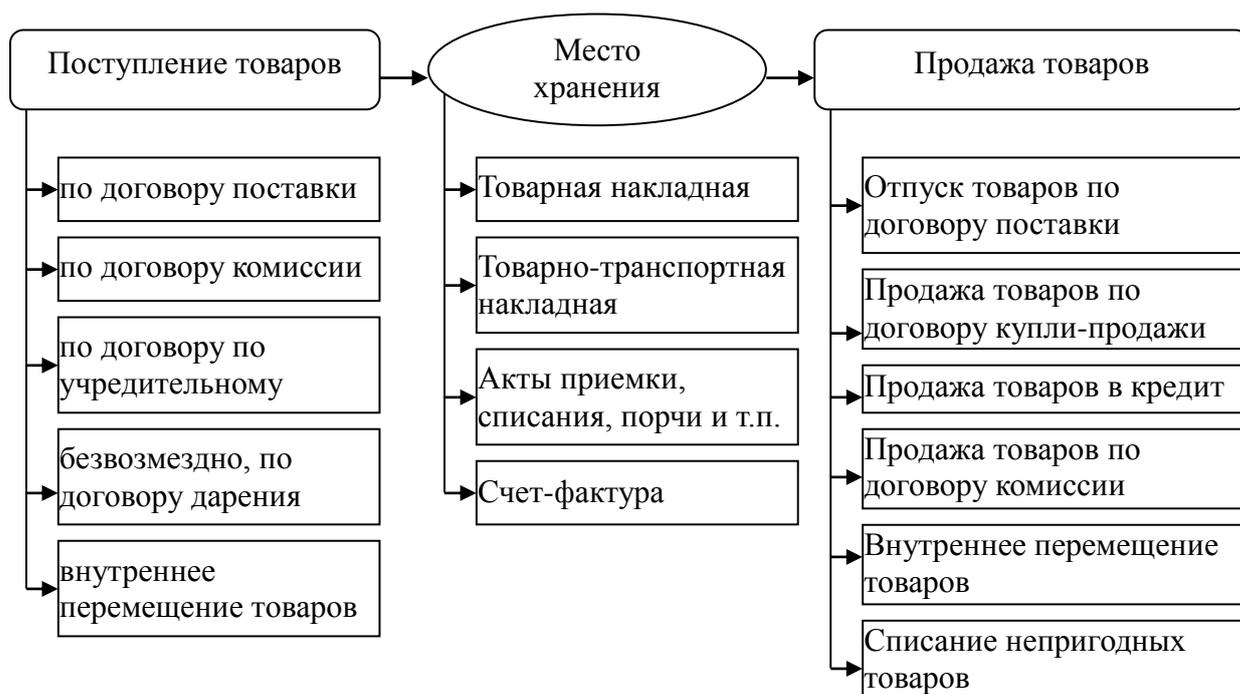


Рис. 1. Общая схема движения товаров в организации

Розничный товарооборот является конечной стадией движения товаров от производства до потребителя, завершает процесс обращения товаров: товар из сферы обращения переходит в сферу потребления, это количественный показатель, характеризующий объем продажи товаров населению для личного, семейного, домашнего использования. Его величина учитывается в розничных ценах, то есть в ценах фактической реализации, включая все налоги, входящие в состав розничной цены [42, с.76].

Оборот розничной торговли представляет стоимость проданных населению потребительских товаров за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков, что также учитывается как продажа за наличный расчет.

Товарооборот торгового предприятия осуществляется в различных

видах и формах. Он отражает два уровня продажи товаров: оптовый и розничный товарооборот (рис. 2).

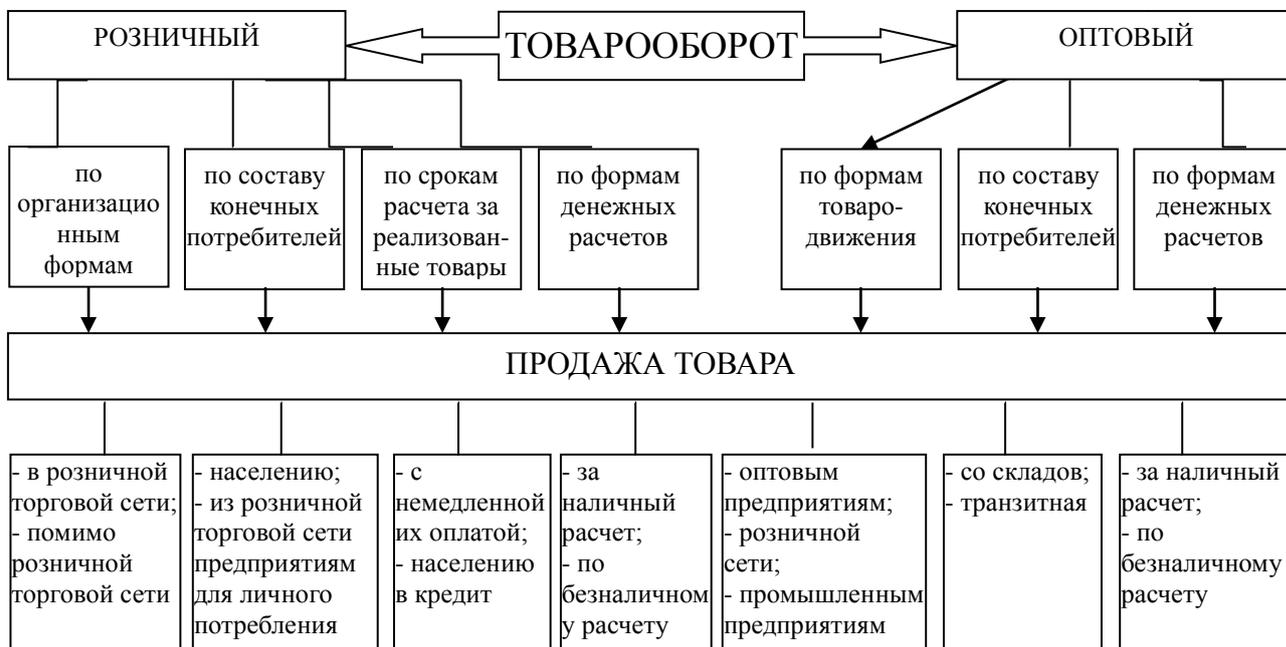


Рис. 2. Виды товарооборота торговых предприятий

Оборот розничной торговли при анализе можно классифицировать следующим образом (рис. 3).

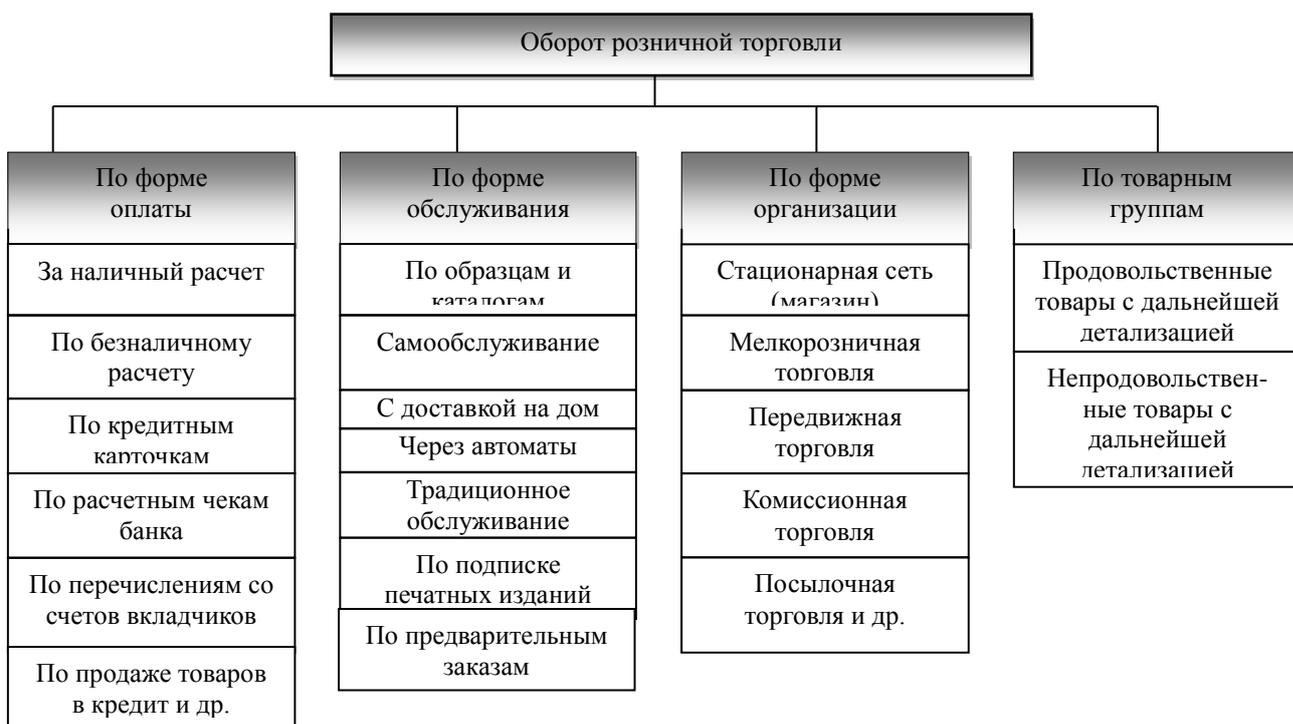


Рис. 3. Классификация оборота розничной торговли

Любая деятельность, в том числе и коммерческая в розничной торговле, имеет определенную направленность и организуется для достижения поставленных целей, которые можно назвать целями функционирования. Являясь атрибутом рынка, коммерция формируется на его принципах, которые служат неременным условием ее развития. Рынок выступает как система экономических отношений между продавцами и покупателями, основой которых является купля-продажа товаров, т. е. коммерческая деятельность. Ее цель - увеличение доходов в торговле при условии удовлетворения спроса покупателей [27,с.121].

В отечественной экономической литературе существуют различные определения коммерческой деятельности, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Определения коммерческой деятельности

Источник	Определение
согласно определению из Толкового словаря В. И. Даля [9, с.101]	-коммерция - «торг, торговые обороты, купеческие промыслы»
Панкратов Ф.Г. [23, с.112]	-коммерческая деятельность - товарно-денежный обмен, в процессе которого товары от поставщика переходят в собственность торгового предприятия с ориентацией на потребности рыночного спроса
Брагин Л.А. [7, с.58]	-коммерческая деятельность- особый вид деятельности, связанный с реализацией товаров, от которой зависят конечные результаты торгового предприятия
Половцева Ф.П. [26, с.66]	-коммерческая деятельность в сфере услуг - это все то, что обеспечивает максимальную выгодность торговой сделки для каждого из партнеров при первоочередном учете интересов и запросов потребителей
Артамонова Л.И. [1, с.155]	-коммерческая деятельность - комплекс операций, обеспечивающих куплю-продажу товаров и вместе с торговыми процессами представляющих собой торговлю в широком смысле слова;

Можно сделать вывод, что коммерческая деятельность - оперативно-организационная деятельность по осуществлению операций обмена товарно-материальных ценностей в целях удовлетворения потребностей населения и получения прибыли.

Термин «коммерция» имеет двоякое значение: в одном случае он

охватывает отрасль торговли, в другом торговые процессы, направленные на активизацию и осуществление купли–продажи товаров. Традиционно коммерческая деятельность связана со вторым значением коммерции [5, с. 37].

Коммерция – слово латинского происхождения (commercium - торговля). Однако надо иметь в виду, что термин «торговля» имеет двойное значение: в одном случае он означает самостоятельную отрасль народного хозяйства (торговлю), а в другом – торговые процессы, направленные на осуществление актов купли продажи товаров. Коммерческая деятельность связана со вторым понятием торговли – торговыми процессами по осуществлению актов купли-продажи с целью получения прибыли [21, с.56]

Содержание коммерческой деятельности включает в себя такие направления:

- закупка материально-технических ресурсов и товаров оптово-посредническими и другими торговыми предприятиями;
- планирование ассортимента и сбыта продукции на предприятиях;
- организация сбыта продукции;
- выбор наилучшего партнера в коммерческой деятельности;
- организация оптовой продажи товаров и коммерческое посредничество;
- розничная торговля как форма коммерческо-посреднической деятельности [37,с.23].

Для достижения поставленных в коммерческой деятельности задач необходимо руководствоваться следующими основными принципами:

- неразрывная связь коммерции с принципами маркетинга;
- гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка;
- умение предвидеть коммерческие риски;
- выделение приоритетов;
- проявление личной инициативы;
- высокая ответственность за выполнение принятых обязательств по

торговым сделкам;

– нацеленность на достижение конечного результата - прибыли.

Термины «торг», «торговые обороты» означают коммерцию с позиции выгоды купли и продажи, сопровождаемых коммерческой сделкой, обменом и продвижением товаров [17, с.132]. В этом случае всеобщим средством обмена являются деньги, а местом обмена товаров на деньги – рынок. Производитель изготавливает товар и продает его торговому предприятию по определенной цене. В свою очередь торговое предприятие продает этот товар покупателю по цене, регулируемой рынком.

Вхождение в рынок сложный и многофакторный процесс, охватывающий все стороны коммерческой деятельности торгового предприятия в сфере услуг. Таким образом, цель коммерческой деятельности в сфере услуг – максимизация выгоды (дохода, прибыли). Достижение этой цели должно постоянно сопровождать весь процесс коммерческой деятельности по каждому конкретному поводу в конкретных условиях. Гарантией реализации этих целей является содержание коммерческой деятельности, состоящее в изучении процесса формирования рынка услуг, обосновании направлений и масштабов развития их производства в соответствии с потребностями общества и отдельных потребителей, организации самого процесса потребления, коммерческом посредничестве и установлении договорных связей на рынке услуг. Выделяют три компонента коммерческой деятельности: производство продукции; коммерция (торговля); коммерческое посредничество.

В современных условиях, когда возрастает роль коммерческой деятельности торговых предприятий, требуется более полное раскрытие ее сущности и содержания. Суть рассматриваемой проблемы сформулирована следующим образом: коммерческая деятельность торговых организаций и предприятий охватывает вопросы изучения спроса населения и рынка сбыта услуг, выявления и изучения источников поступления и поставщиков товаров, организации рациональных хозяйственных связей с поставщиками, включая разработку и представление им заявок и заказов на товары, заключения

договоров на поставку товаров, организации учета и контроля за выполнением поставщиками договорных обязательств.

Вместе с тем коммерческую работу в торговле авторы выделяют отдельно и характеризуют ее следующим образом: «Коммерческая работа представляет собой обширную сферу оперативно-организационной деятельности торговых организаций и предприятий, направленную на совершение процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса населения и получения прибыли». Такой подход конкретизирует и предопределяет направленность функций коммерческой деятельности, связанных с закупкой, продвижением товаров и услуг от поставщика до потребителя и продажей их конечному покупателю [17,с.79].

Существует более широкое толкование сущности коммерческой деятельности – это не только непосредственно торговая, но и другие виды предпринимательской деятельности.

При простой формуле торговой сделки: «товар–деньги» при продаже и «деньги–товар» при покупке реальная картина коммерческого бизнеса более сложная. Коммерческое предпринимательство включает поиск, закупку конкретного товара, обеспечение его сохранности, транспортировку к месту продажи, продажу и послепродажное обслуживание.

Процесс торговли предполагает и документальное оформление сделок. Таким образом, коммерческая деятельность охватывает торговую деятельность и разнообразные виды предпринимательства, связанные со сбытом, перепродажей товаров и предоставлением услуг [23, с.77].

В зарубежных источниках подчеркивается стратегический подход к решению задач коммерции. Коммерческая деятельность существует для того, чтобы с прибылью удовлетворить потребительские требования.

Таким образом, под коммерческой деятельностью понимается купля и продажа товаров, нацеленные на спрос покупателей и получение прибыли торговым предприятием. При этом выражением коммерческой деятельности служит торговое предприятие, т. е. организация труда и средств, необходимая

для обращения торгового капитала.

Разные толкования коммерции определяются ее многоаспектностью. Категорию коммерции можно рассматривать с позиций предпринимателя, экономиста, финансиста, товароведа и др. Несмотря на отмеченные различия, многие исследователи сходятся во мнении, что предметами коммерции служат купля-продажа товаров в сфере товарного обращения с учетом удовлетворения запросов потребителей, поступление их в собственность торгового предприятия для последующей реализации [45, с.92].

При рассмотрении коммерческой деятельности целесообразно выделить ту ее часть, которая взаимодействует с рынком, а именно: с товарно-денежным обменом в условиях конкурентной среды рынка и получением реальной прибыли. От коммерческой деятельности требуется адекватная реакция на изменения рыночной ситуации, что способствует устойчивому положению торгового предприятия на рынке. Не менее важным, моментом, является и ориентация на покупателя. Торговое предприятие любой формы собственности существует для потребителей и благодаря им. Следовательно, все внимание и средства коммерческой деятельности должны быть направлены на реализацию пожеланий и запросов покупателей [32, с. 78].

Итак, коммерческая деятельность - это неотъемлемое условие потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги. Под ней следует понимать процессы, связанные с куплей и продажей товаров, удовлетворением спроса покупателей, развитием целевых рынков товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли.

При закупке и поставке товаров изучается рынок, устанавливаются хозяйственные связи с поставщиками, осуществляются коммерческие операции, направленные на коммерческие сделки, заключение контрактов и товарно-денежный обмен. Коммерческая работа должна сопровождаться коммерческими действиями и решениями исходя из условий конкретной внешней среды и конъюнктуры рынка. При выполнении коммерческих функций следует

основываться на экономических законах рынка, финансовой политике и коммерческом праве [42, с.21].

Торговля, удовлетворяя нужды и запросы потребителей, является конечным звеном деятельности субъектов рынка. Особая роль принадлежит коммерческой деятельности, связанной с выполнением комплекса мер по доведению товаров от производителя до покупателя.

В качестве информационной базы необходимо использовать систему маркетинговой информации, а для расчетов применять современные методы анализа, использовать современную вычислительную технику, что обеспечит многовариантность показателей, учет последствий, обусловленных планируемыми маркетинговыми мероприятиями.

Коммерческая деятельность рассматривается как основа функционирования торгового предприятия, и тем самым усиливается внимание к ее функциям и системе управления.

В процессе управления коммерческой деятельностью реализуются функции процесса управления: планирование, организация, учет и контроль.

Планирование— одна из важнейших функций управления коммерческой деятельностью торгового предприятия. Планирование закупок, товарных запасов и продаж связано с динамикой торговых процессов и способствует достижению поставленных целей торгового предприятия [15,с.67].

Планы закупок и продаж обычно содержат показатели, которые должны быть достигнуты в результате их выполнения.

В планах отражается содержание работ, устанавливается персональная ответственность за их выполнение, намечаются сроки и определяются методы контроля и анализа эффективности выполнения заданий [14, С.147].

Таблица 2

Методы управления коммерческой деятельностью [14, С.155].

Методы	Характеристика
Административные	Определяются сферой деятельности и конкретными условиями торгового предприятия. Необходимо учитывать и альтернативные варианты управления, выбор и реализация которых определяются предвидением результатов деятельности предприятия. Иерархическое построение системы управления и

	содержание управленческих функций во многом зависят от занимаемых позиций руководством торгового предприятия
Организационные	Основаны на организационном, методическом и нормативном обеспечении. Они включают регламентирующие требования организационного и методического характера, распорядительные, инструктивные и нормативные материалы, являющиеся предпосылками принятия управленческих решений
Экономические	Ориентированы на избранный курс и экономическую стратегию торгового предприятия, его потенциальные ресурсы, экономическое положение рынка. Совокупность экономических элементов — это исходные позиции в управлении коммерческой деятельностью предприятия. Воздействие экономических методов предопределяется внешними факторами конкурентной среды
Правовые	Ориентированы на использование правового механизма, который базируется на принятых правовых, законодательных и нормативных актах и положениях. Правовые методы заключаются в юридическом регулировании коммерческих процессов с учетом целевых задач торгового предприятия
Информационные	Ориентированы на использование информационных систем и современных технологий передачи и обработки информации. Использование информационных методов позволяет аккумулировать и использовать в коммерческой деятельности внешнюю и внутреннюю информацию

Сущность организации как функции управления состоит в упорядочении, согласовании, регламентировании действий исполнителей, участвующих в процессах закупки, продажи и продвижения товаров до потребителей. Организация управления коммерческой деятельностью включает также оперативное регулирование, под которым подразумеваются текущие управленческие решения, инструкции, приказы, распоряжения, указания, вырабатываемые и принимаемые субъектами управления в соответствии с конкретной рыночной ситуацией.

Учет как функция управления коммерческой деятельностью представляет собой документальное оформление поступлений, приемки, реализации товаров и их движения в торговом предприятии. Благодаря учету обеспечиваются сохранность материальных ценностей и денежных средств, контроль за торговыми процессами и результатами коммерческой деятельности.

Под контролем подразумеваются надзор за исполнением управленческих воздействий, проверка соблюдения документов, регламентирующих коммерческую деятельность торгового предприятия. Контроль наряду с учетом позволяет сделать вывод о результативности торговых процессов и служит средством корректирующего воздействия со стороны органов управления на тех, кому надлежит исполнять управляющие решения.

Эффективное управление коммерческой деятельностью обусловлено взаимодействием с конкурентами, поставщиками, потребителями и другими

элементами конкурентной среды. Полученные исходные данные из внутренних и внешних источников трансформируются в информацию, на основе которой осуществляется коммерческая деятельность в торговом предприятии [2, С.25].

1.2 Основные формы и методы коммерческой деятельности

Коммерческая деятельность предприятий розничной торговли подразделяется:

- закупочная деятельность (материально-техническое обеспечение);
- логистика;
- сбытовая деятельность.

В связи с переходом на рыночные принципы деятельности, содержание материально-технического обеспечения предприятий существенно изменилось: вместо так называемой «реализации выделенных фондов», являющейся составной частью централизованного распределения материальных ресурсов, предприятия свободно закупают их у поставщиков и других субъектов товарного рынка. В этих условиях при закупке материальных ресурсов предприятия должны руководствоваться свободой ценообразования, максимальной инициативой и предприимчивостью, равноправием партнеров в коммерческих взаимоотношениях, принимать во внимание экономическую ответственность при закупке сырья и материалов, учитывать конкуренцию среди поставщиков и уметь выбрать экономически выгодного поставщика [34,с. 35].

При закупках материальных ресурсов предприятие должно изучать рынок сырья и материалов, знать динамику цен на этом рынке, расходы на доставку, возможности эффективной замены одних материалов на другие. Поэтому закупочная коммерческая деятельность на предприятиях складывается из следующих этапов:

- исследование рынка сырья и материалов и организация коммерческих

связей с поставщиками;

- составление плана закупок материальных ресурсов;
- организация закупок материальных ресурсов;
- ведение расчетов с поставщиками за купленную продукцию;
- стоимостной анализ заготовительной сферы.

Широкое применение логистики в практике хозяйственной деятельности объясняется необходимостью сокращения временных интервалов между приобретением сырья и поставкой товаров конечному потребителю. Логистика позволяет минимизировать товарные запасы, а в ряде случаев вообще отказаться от их использования, позволяет существенно сократить время доставки товаров, ускоряет процесс получения информации, повышает уровень сервиса. Деятельность в области логистики многогранна. Она включает управление транспортом, складским хозяйством, запасами, кадрами, организацию информационных систем, коммерческую деятельность и многое другое [24, с.65].

Сбытовая коммерческая работа является важнейшим аспектом коммерческой деятельности предприятия. Сбыт – это процесс реализации произведенной продукции с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей. Только продав товар и получив прибыль, предприятие достигает конечной цели: затраченный капитал принимает денежную форму, в которой он может начать свой кругооборот.

Сбытовая коммерческая деятельность на предприятии многогранна и включает в себя такие направления, как исследование рынка, планирования ассортимента и сбыта продукции, установление коммерческих взаимосвязей с покупателями и конечными потребителями. Коммерческая деятельность предприятия по сбыту является составляющей всей системы его функциональной деятельности, комплексной функцией предприятия [14, с.33]

Коммерческая деятельность представляется совокупностью всей функциональной деятельности, осуществляемой после завершения производственной стадии (по окончании изготовления продукции) вплоть до

непосредственной продажи товара покупателю, доставки его потребителю и послепродажного обслуживания. Логистический подход к организации функциональной деятельности предприятия обуславливает следующие определения цели, предмета, субъектов и объектов, характера и содержания коммерческой деятельности.

Цель коммерческой деятельности – доведение до конкретных потребителей конкретного товара требуемых потребительских свойств в необходимом количестве, в точное время, в определенном месте, с допустимыми затратами.

Предмет коммерческой деятельности – продукция, услуги торгового предприятия.

Субъекты коммерческой деятельности – торговые предприятия и посреднические сбытовые организации.

Объекты коммерческой деятельности – покупатели товара.

Необходимо отметить, что определение объектов коммерческой деятельности в данном случае дается исходя из конечной направленности коммерческой деятельности. Субъектов и объектов коммерческой деятельности не следует отождествлять с субъектами сделки (в частности, купли-продажи, аренды) [38,с.90].

Роль и значение коммерческой деятельности состоят в следующем:

1. коммерческая деятельность, являясь в определенном смысле продолжением производственной, не просто сохраняет созданную потребительскую стоимость и стоимость товара, а создает дополнительную, тем самым, увеличивая его общую ценность;

2. коммерческая деятельность не только реализует корпоративную миссию, но и в известной мере определяет ее;

3. коммерческая деятельность результативна, ибо в определенной мере обуславливает и в конечном итоге проявляет и реализует все экономические и финансовые результаты деятельности предприятия;

4. коммерческая деятельность как вид функциональной деятельности

предприятия во всей цепочке и системе создания товара является одним из источников его конкурентного преимущества как прямого (в пределах собственной организации), так и косвенного (в системе организации его хозяйственных связей и деловых отношений с партнерами) эффектов [18, с.15]

Содержание коммерческой деятельности предприятия определяется совокупным содержанием всех взаимосвязанных последовательных и целенаправленных функциональных действий по распределению, доведению и реализации товара покупателям.

Основной функцией коммерческой деятельности является непосредственно продажа продукции.

Вспомогательными функциями коммерческого характера являются маркетинг и юридические функции. Маркетинговые функции коммерческого характера заключаются в определении, изучении и формировании потребительской реакции на экономическое содержание предмета сбыта и включают две следующие основные группы: изучения и формирования спроса и коммуникационного продвижения. Первая группа функций предполагает изучение потребностей и спроса; поиск и выявление покупателей (потребителей); изучение конъюнктуры рынка; формирование спроса и др. Вторая группа функций предполагает, соответственно рекламную деятельность; связи с общественностью; личное продвижение; стимулирование сбыта.

Юридические функции определяются процессами юридического обоснования и определения правового состояния экономического содержания коммерческой деятельности, юридического сопровождения и защиты. Основными функциями технологического характера являются также две группы относительно самостоятельных функций: хранения – складирования и распределения – доставки [25, с.34].

Функции первой группы могут осуществляться и самим предприятием.

Распределение непосредственно как функциональная деятельность, как функция коммерческой деятельности, предприятия заключается в осуществлении адресного товародвижения и доставки товара конкретным

потребителям.

Вспомогательными функциями технологического характера являются функции предпродажной подготовки, послепродажного обслуживания. Эти функции определяются, процессами формирования вещественного воплощения предмета коммерческой деятельности, обуславливающими в результате его экономическое содержание (стоимость и потребительную стоимость) [3].

Содержание коммерческой работы основывается на исследовании рынка; планировании коммерческой деятельности; организации и ведении оперативно-сбытовой деятельности; установлении коммерческих взаимоотношений с покупателями; разработке сбытовой программы; составлении графиков поставки продукции; ведении расчетов и т.п.

Собственная система коммерческой деятельности предполагает осуществление всех сбытовых функций субъектами (складскими, транспортными, торговыми и др.), в организационно-правовом, а также экономическом и административном отношениях зависимыми от предприятия — его непосредственными подразделениями, филиалами и т. п. Предприятие как их фактический владелец осуществляет управление их деятельностью.

Независимая система сбыта предполагает осуществление сбытовых функций независимыми в правовом и экономическом отношениях посредниками.

1.3. Значение финансового обеспечения коммерческой деятельности организации

Управление финансами имеет большое значение для эффективного использования материальных и трудовых ресурсов, необходимых для осуществления хозяйственной деятельности. Эффективное использование финансов и планомерное управление ими позволяет выявить пути максимизации прибылей при одновременном снижении затрат. Только при

рациональном распределении получаемых доходов, правильном управлении ценами и использовании всех имеющихся ресурсов с максимальной выгодой для предприятия возможно обеспечить благоприятное финансовое положение.

Эффективное управление финансами имеет большое значение для успешной деятельности предприятия и его процветания в условиях неослабевающей рыночной конкуренции. Финансовое планирование является составной частью общего планирования [41,с.21].

Без информации о состоянии денежных ресурсов невозможен процесс принятия решений о размещении и перемещении денежных средств более прибыльные сферы деятельности. Документация, формируемая в результате финансовых операций, оказывает значительную помощь при управлении финансами. К такой документации относятся баланс, бюджет, различные финансовые прогнозы.

Баланс обеспечивает информацией о состоянии активов и пассивов на конкретную дату. Отчёт о поступлениях денежных средств содержит информацию о поступлениях за прошедший период времени и позволяет осуществлять сравнительный анализ состояния денежных ресурсов в разные временные интервалы. Смета денежных расходов позволяет прогнозировать погашения по счетам кредиторов на планируемый период и устанавливать размер дополнительных денежных ресурсов, необходимых для осуществления будущих хозяйственных операций [33,с.67].

В настоящее время большой и малый бизнес испытывает потребность в более углублённых методах оценки финансов. Однако, какие бы изменения не претерпевали эти методы оценки, фундаментальные основы финансового управления остаются прежними.

Капитал является денежным активом, необходимым для осуществления хозяйственной деятельности. Главная цель капитала состоит в увеличении денежных ресурсов посредством их постоянного использования и обращения. Капитал можно направить на приобретение недвижимости: земли, зданий, оборудования, машин, вложить в товары и услуги для дальнейшей перепродажи

потребителям. Его можно использовать в посреднических целях для поддержания чужого бизнеса. Если компания располагает достаточными собственными денежными ресурсами, избыточные денежные средства можно вложить на небольшой период в срочные акции других предприятий. Капитал можно использовать для вклада в ценные бумаги. Использование капитала может состоять в финансировании операций других фирм путем их кредитования. Цель капитала состоит в финансировании деловых операций в промежутке времени между приобретением товаров и услуг и расчета за них с потребителями. Успешное осуществление деятельности предполагает постоянное увеличение капитала [45, с.91].

Контроль за состоянием финансов осуществляется на верхних уровнях управления при помощи информации, которую предоставляют низшие уровни управления. Основанием для размещения капитала является оценка эффективности его использования. Капитал необходим для приобретения основных средств и выполнения долговых обязательств, связанных с затратами по их приобретению. Выплаты по счетам за приобретённые товары и услуги производятся обычно сразу в момент их получения. Они могут производиться в разные интервалы времени, иногда превышающие годовой цикл.

Размер необходимого капитала зависит от характера и масштабов деятельности розничного предприятия и размера текущих долговых обязательств. Источниками капитала может быть первоначальное капиталовложение владельца (или акционеров) фирмы, последующие инвестиции, прибыль, получаемая в результате выручки от продаж, а также от вкладов в различные ценные бумаги.

Большая часть финансов при становлении предприятия обеспечивается первоначальным капиталовложением инвестора, владельца фирмы. При развитии и расширении предприятия требуются значительные денежные средства, которые предприниматель часто не может обеспечить за счёт собственных ресурсов.

Выбор источников пополнения капитала определяется исходя из размера

недостающих денежных средств, срока их использования и сложившейся рыночной ситуации. Срочное вливание дополнительных денежных средств можно обеспечить за счёт внутренних ресурсов посредством привлечения нераспределённых прибылей, либо внешним финансированием.

Благоприятное финансовое состояние фирмы предполагает наличие денежных средств, достаточных для покрытия текущих затрат фирмы и осуществления необходимых расчётов с кредиторами. Невозможность обеспечить текущие расходы свидетельствует о плачевном состоянии финансов и их неэффективном управлении.

Причина получения незначительных прибылей состоит, как правило, в низких продажных ценах товаров, небольших объёмах товарооборота и больших расходах. Без получения прибылей невозможно покрытие текущих расходов. Привлечение дополнительного капитала может быть реализовано посредством увеличения владельцем фирмы его первоначальных инвестиций, либо финансированием из внешних источников [22, с. 45].

Дополнительные вложения капитала обычно необходимы при росте масштабов деятельности, увеличении кредитования потребителей, увеличении объёмов закупок. Денежные средства, ожидаемые, но не полученные от дебиторов, нельзя рассматривать как активный капитал, поскольку они не могут быть немедленно направлены на приобретение новых товаров и услуг.

Если дополнительный капитал невозможно получить посредством увеличения прибылей за счёт внутренних резервов предприятия, следует изыскивать другие источники его получения.

При убыточной деятельности фирмы привлечение капитала из внешних источников финансирования представляется весьма затруднительным. Причиной возникновения критических финансовых ситуаций является неэффективное планирование и управление финансами. Предварительный расчёт размера денежных ресурсов позволяет избежать возникновения критических финансовых ситуаций. Расчёт денежных средств должен базироваться на данных прогноза различных сфер деятельности и

учитывать результаты предыдущей деятельности [12, с.111].

Для эффективности финансового плана следует установить основные критерии, которые будут определять деятельность компании по выполнению поставленных задач. Установление минимального денежного баланса позволяет спланировать потребность в денежных ресурсах, необходимых для покрытия текущих расходов и затрат на воспроизводство товарных запасов. Хотя этот минимум неодинаков для различных компаний и зависит от размера их расходов, он должен быть по крайней мере равен месячным текущим расходам.

Минимальный денежный баланс, немного превышающий месячные расходы, считается наиболее оптимальным. Благоприятное финансовое положение обеспечивает возможность своевременного выполнения розничным предприятием долговых обязательств. Компания должна планировать текущий денежный баланс из расчета не более 2% от годовых продаж. Если денежный баланс превышает текущие расходы предприятия, излишек денежных средств следует направлять в другие сферы деятельности для получения максимально возможных прибылей.

В современных рыночных условиях для качественного обслуживания потребителей и удовлетворения их потребностей возникает необходимость увеличения капиталовложений в оборудование, орудия труда, товары и т. д. Расширение хозяйственной деятельности может потребовать привлечения дополнительных денежных средств. Потребность в дополнительных капиталовложениях часто превышает собственные ресурсы компании. Невозможность обеспечить дополнительные капиталовложения за счет внутренних ресурсов предполагает обращение к внешним источникам финансирования. К внешнему финансированию прибегают с целью получения максимальных прибылей от реализации будущих операций. Возможные источники финансирования подвергаются тщательному анализу. Размер займа при обращении к внешнему финансированию сводится к минимуму [9, с.116].

При определении размера необходимых денежных средств за основу берется стоимость одноразовой закупки товаров. Размер дополнительного

капитала может определяться также на основе данных прогноза потребности денежных средств, составленного на основе прогноза продаж. В зависимости от финансового состояния компании кредитор может лимитировать требуемую сумму займа по своему усмотрению.

Выбор источника финансирования устанавливается путем анализа всех возможностей фирмы по изысканию дополнительных ресурсов и определению той из них, которая в наибольшей степени удовлетворяет интересам и целям владельцев предприятия. Финансирование недостающего капитала владельцем фирмы зависит как от его желания, так и возможностей обеспечить недостающий капитал.

Если дополнительный капитал необходим на небольшой срок, его заем целесообразно осуществлять из внешних источников финансирования. Если же привлечение внешних источников финансирования невозможно, финансирование можно осуществить перераспределением капитала владельцев фирмы путем изъятия необходимых денежных средств из других сфер деятельности.

Лучшим способом обеспечения недостающих денежных средств на не продолжительный период времени является привлечение нераспределённых прибылей.

Кредитные учреждения рассматривают возможное финансирование с учетом его выгодности. Получение кредита в большой степени зависит от общего финансового состояния фирмы. Следует учитывать, что заем денег, особенно в период инфляции, является весьма дорогостоящим мероприятием.

При осуществлении финансирования из внешнего источника управляющему финансами оптовой фирмы следует оценить эффективность займа как с точки зрения интересов собственной компании, так и с позиций кредитодателя [23,с.64].

Решение о дополнительном финансировании связано с вопросом о сроке финансирования. Недостающие денежные средства рекомендуется кредитовать на самое непродолжительное время, в течение которого фирма изыщет ресурсы

для дальнейшего самостоятельного финансирования. Чем короче срок заема денежных средств, тем меньше расходы компании по выплате ссудных процентов. Цена денег, как и цена любого товара, постоянно меняется и зависит от конъюнктуры рынка. Процент по выплате долга может меняться и зависит от состояния денежного курса. При возможности получения кредита в разных банках следует подвергнуть тщательной оценке текущие проценты интересов по различным типам займов. Успешный бизнес предполагает выбор наиболее выгодного источника кредитования. Многие компании для финансовой поддержки устанавливают долговременные связи с одним или несколькими банками. Потребность в денежных средствах на короткий период времени, таким образом, может быть легко удовлетворена, и интерес по займу может стать значительно дешевле. Используя преимущества существующего денежного курса, многие займы могут осуществляться заранее по требованию дистрибьютора. Выплата кредита осуществляется в установленные интервалы времени по взаимной договоренности кредитодателя с дебитором.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «БЕЛГОРОДСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ»

2.1. Организационная характеристика ОАО «Белгородский Хладокомбинат»

Рынок мороженого в России на сегодняшний день представляется насыщенным и достаточно развитым, поэтому темпы роста реализации не очень высокие. Структура рынка достаточно плотная и никто из производителей не является монополистом. На сегодняшний день на рынке работают более 300 производителей мороженого.

ОАО «Белгородский хладокомбинат» является не последним игроком Российского рынка мороженого. Лидером рынка по прежнему являются компании «Нестле» объем реализации которой более 15000 тонн в год, «Инмарко» объем реализации которой около 30000 тонн в год, компания «Талосто» объем реализации которой более 20000 тонн в год.

В городах с миллионным населением данные компании располагают сетями, состоящими из 500–1000 прилавков. Главным конкурентным преимуществом компаний является мощное финансирование поддержки продвижения мороженого, это: прилавки, фирменные аксессуары для летних точек продаж мороженого (зонты, мебель), дорогостоящие POS – материалы, сувенирная продукция, мощная рекламная поддержка новых марок мороженого при выходе на рынок на Федеральном телевидении. Сильной стороной данных компаний является: расширение парка оборудования, которое позволяет охватить все виды продукции, сформировать широкий портфель продуктов и тем самым вытеснить более слабых конкурентов на интересующих их рынках, которые еще могут составлять конкуренцию по ряду продуктов. Это приводит к увеличению доли компании на рынке.

Слабые стороны – высокий уровень цен, хотя вряд ли сейчас это можно считать слабыми сторонами, учитывая вышеназванные преимущества. К

слабым сторонам продукции относится то, что продукция изготавливается только из восстановленного молока.

ОАО «Белгородский Хладокомбинат» введен в строй 29 июня 1959 года приказом № 328 Министерства торговли РСФСР. Областное государственное унитарное предприятие «Белгородский Хладокомбинат» преобразовано в открытое акционерное общество 15 июля 1998 года, регистрационный № 278. Первый холодильник на 3 218 тонн хранения принял первые партии свежемороженого мяса и рыбы.

Ежеквартально публикуются отчеты эмитента ценных бумаг. Общество в своей деятельности руководствуется законодательством РФ, уставом и положениями, утвержденными общим собранием акционерного общества (Приложение 1).

В мае 1973 года в строй вступила фабрика по производству мороженого. Рассчитанная первоначально на производство 12 тонн мороженого в смену и выпускавшая стаканчики и брикеты, в настоящий момент фабрика мороженого располагает мощностями для производства 75 тонн мороженого в сутки и предлагает покупателям более 100 наименований мороженого.

В 1989 году построен цех сухого льда, обеспечивающий сухим льдом потребности Белгорода и Белгородской области. Цех производительностью 2,2 тонны сухого льда в сутки был демонтирован в 2002 году, когда вся доставка мороженого в регионы была полностью обеспечена специальным рефрижераторным автотранспортом.

В 1996 году приобретена первая итальянская экструзионная линия «Марклайн», позволившая значительно разнообразить ассортимент выпускающего в Белгороде эскимо. В 1998 году ассортимент выпускающего мороженого расширился до 40 наименований. В 1999 году организован центр по продаже и сервисному обслуживанию торгового оборудования. В 2000 году получено свидетельство на право владения торговой маркой «Бодрая корова», после чего началось шествие «Бодрой коровы» по стране.

В состав комбината входят (Приложение 2):

– производственные цеха: цех по производству мороженого; колбасный цех (сдается в аренду); рыбный цех; цех по производству сухого льда; технологические цеха №1,2; убойный цех (сдается в аренду).

– обслуживающие цеха: механический цех, электроцех, строительный цех, компрессорные цеха №1,2,3.

Полное фирменное наименование Общество – Открытое акционерное общество «Белгородский хладокомбинат». Сокращенное наименование общества ОАО «ХЛАДО».

ОАО «Белгородский Хладокомбинат» расположен в областном центре, городе Белгород, в центре европейской части России, где имеется широкая сеть железных и шоссейных дорог, связанных со странами СНГ. Место нахождения общества – 308013, г. Белгород, ул. Дзгоева, 1.

Общество обладает полной хозяйственной самостоятельностью, имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его балансе, от своего имени приобретает и осуществляет имущественные и личные неимущественные права, несет обязанности, выступает в качестве истца и ответчика в судах. Общество приобретает статус юридического лица со дня его государственной регистрации, и руководствуется в своей работе законодательством Российской Федерации и Уставом (Приложение 1). Общество имеет самостоятельный баланс, счета в банках любых видов, и действует на основе полного хозяйственного расчета и самофинансирования. Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Общество имеет печать, штамп, бланки и другие реквизиты.

Предметом деятельности Общества является: посредническая и торгово-закупочная деятельность (операции по оптовой и розничной купле-продаже замороженными продуктами и полуфабрикатами, мороженым).

Уставный капитал Общества составляет 112 164 руб. Не позднее одного месяца после государственной регистрации Общество выпускает следующие типы акций одинаковой номинальной стоимости: обыкновенные акции в

количестве 84 123 штуки, привилегированные акции типа «А» в количестве 28041 штука. Номинальная стоимость акции составляет 1 рубль.

Высшим органом управления предприятия является общее собрание его участников. Решения общего собрания принимаются путем голосования. Каждый участник имеет на общем собрании число голосов, соответствующего его доле в уставном капитале.

Руководство текущей деятельностью Общества осуществляется директором, избираемым общим собранием сроком на один год.

Тип организационной структуры предприятия – линейно – функциональная. Организационная структура ОАО «Белгородский Хладокомбинат» подразделяется на структуру управления и производственную структуру. Общую организационную структуру ОАО «Белгородский хладокомбинат» можно представить схемой (Приложение 2).

Каждое подразделение и должностное лицо, отраженное на схеме имеет определенные функции и обязанности.

Каждый работник имеет свою должностную инструкцию. В должностной инструкции прописаны общее положение о профессии, обязанности работника, его права и ответственность.

Структура управления возглавляется генеральным директором, который руководит, в соответствии с действующим законодательством, производственно – хозяйственной и финансово – экономической деятельностью предприятия, несет все полноту ответственности за последствия принимаемых решений, сохранность и эффективное использование имущества предприятия, а так же финансово – хозяйственные результаты его деятельности. Генеральный директор является членом совета директоров. Руководители всех служб находятся в подчинении генерального директора.

Вторую ступень управления занимает заместитель генерального директора по коммерческим вопросам и главный инженер.

Заместитель генерального директора осуществляет руководство финансово – хозяйственной деятельностью предприятия в области материально

– технического обеспечения, заготовки и хранения сырья, сбыта продукции на рынке и по договорам поставки, транспортного и административно – хозяйственного обслуживания, обеспечивая эффективное и целесообразное использование материальных и финансовых ресурсов, снижение их потерь, ускорение оборачиваемости оборотных средств.

Главный инженер определяет техническую политику и направление технического развития предприятия в условиях рыночной экономики, путем реконструкции и технического перевооружения действующего производства, уровень специализации и диверсификации производства на перспективу. Но принятие решения об оплате материалов для ремонта, запасных частей, оборудования и оплата услуг сторонних организаций остается за генеральным директором.

Третью ступень управления занимает главный бухгалтер, который возглавляет бухгалтерию. В его обязанности входит: организация работы по постановке и ведению бухгалтерского учета в целях получения заинтересованными внешними и внутренними пользователями полной и достоверной информации о финансово – хозяйственной деятельности и финансовом положении; подведение итогов работы предприятия за отчетный период, формирование учетной политики и т.д.

Производственная структура ОАО «Белгородский Хладокомбинат» возглавляется коммерческим директором, который руководит финансово – хозяйственной деятельностью предприятия, обеспечивая эффективное использование материальных и финансовых ресурсов организации, снижение всех возможных потерь для ОАО «Белгородский Хладокомбинат».

Технический директор принимает меры по ускорению освоения в производстве прогрессивных технологических процессов, новейших материалов, внедрение научно – технических достижений. На технического директора ложится функция разработки и внедрения прогрессивных обновленных технологических процессов, обеспечивающих повышение уровня технической подготовки ОАО «Белгородский Хладокомбинат», снижение

расходов, затрат труда, работ и материалов.

Начальник отдела кадров возглавляет работу по обеспечению предприятия кадрами рабочих и служащих требуемых профессий, специальностей и квалификации в соответствии с целями, стратегией и профилем предприятия, изменяющимся внешним и внутренним условиям его деятельности, формированию и ведению банка данных о количественном и качественном составе кадров, их развитии и движении.

Лаборант обеспечивает качественный выпуск продукции, выполняет лабораторные анализы, испытания, измерения и другие виды работ при проведении исследований и разработок, следит за исправным состоянием лабораторного оборудования и т.д.

Экономист выполняет работу по осуществлению экономической деятельности предприятия, направленной на повышение эффективности и рентабельности производства, качество выпускаемой и освоение новых видов продукции, достижение высоких конечных результатов при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Транспортный отдел осуществляет руководство техническими службами, координацию механиков-водителей предприятия.

Начальник отдела закупок обеспечивает системную работу по закупке и реализации оборудования, а так же подбор и расстановку рабочих кадров и специалистов; организует систему учета кадров, проводит анализ текучести кадров.

Менеджер отдела реализации обеспечивает реализацию продукции в полном объеме и следит за увеличением плана продаж, а так же следит за расширением рынка сбыта.

Отдел логистики занимается организацией своевременных поставок товара, разрабатывает наиболее рациональные маршруты для экспедиторов.

Менеджер холодильного оборудования осуществляет работу с клиентами по установке и эксплуатации фирменных холодильников.

Положительным преимуществом структуры управления ОАО

«Белгородский хладокомбинат» является то, что генеральный директор делегирует полномочия функциональным руководителям. Недостаток в том, что при передаче информации от функционального руководителя генеральному директору может произойти ее искажение или потеря.

Организация маркетинговой деятельности ОАО «Белгородский хладокомбинат» представлена менеджером по маркетингу и начальником отдела маркетинговой службы.

От того, насколько эффективно будет организована финансовая работа в организации зависит и её финансовое состояние. Финансовое состояние организации определяется результатами ее производственной и коммерческой деятельности.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности играет важную роль в повышении экономической эффективности деятельности организации, в её управлении, в укреплении её финансового состояния. Он представляет собой экономическую науку, которая изучает экономику организаций, их деятельность с точки зрения оценки их работы по выполнению бизнес-планов. Экономический анализ содействует повышению эффективности деятельности организаций, наиболее рациональному и эффективному использованию основных фондов, материальных, трудовых и финансовых ресурсов, устранению излишних издержек и потерь, и, следовательно, проведению в жизнь режима экономии. Результаты производственной и финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Белгородский Хладокомбинат» представлены основными показателями, приведенными в таблице 1. Показатели для составления таблицы были взяты из годовой отчетности «Бухгалтерский баланс» за 2013 - 2015 годы (Приложение 3,4,5), «Отчет о финансовых результатах» за соответствующие годы (Приложение 6,7,8), пояснения к бухгалтерскому балансу, сведения о численности работников организации.

Таблица 3

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности
ОАО «Белгородский Хладокомбинат» за 2013— 2015гг.

№ пп	Показатели	Годы			Отклонение			
		2012	2013	2014	Абсолютное (+,-)		Относительное (%)	
					2013 г. от 2012 г.	2014 г. от 2013 г.	2013 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.
1	Выручка от продаж, тыс. руб.	780240	862032	960815	81792	98783	110	111
2	Среднесписочная численность работников, чел.	497	503	490	6	-13	101	97
3	Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	255342	301487	330862	46145	29375	118	110
4	Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности, тыс. руб.	179560	212630	243978	33070	31348	118	115
5	Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности, тыс. руб.	33656	53587	62865	19931	9278	159	117
6	Себестоимость работ и услуг, тыс. руб.	539902	650867	740687	110965	89820	121	114
7	Прибыль от продажи продукции, тыс. руб.	93545	60087	145294	-33458	85207	64	242
8	Чистая прибыль, тыс. руб.	57579	25699	73276	-31880	47577	45	285
9	Производительность труда, тыс. руб.	1570	1713	1961	143	248	109	114
10	Фондоотдача, руб.	3,06	2,86	2,9	-0,2	0,04	93	101
11	Фондоёмкость, руб.	0,33	0,35	0,34	0,02	-0,01	106	97
12	Рентабельность продаж, %	7	3	8	-4	5	-	-

Произведенный анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Белгородский Хладокомбинат» свидетельствует о том, что выручка от продажи продукции в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 81792 тыс. руб. или на 10%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом выручка от продажи продукции, работ, услуг еще увеличилась на 98783 тыс. руб. или на 11%.

Среднесписочная численность работников предприятия к концу

анализируемого периода уменьшалась, так в 2014 году по сравнению с 2013 годом она увеличилась на 6 человек или 1%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом уменьшилась на 13 человек или на 3%. Среднегодовая стоимость основных средств в течение 2013 -2015гг. увеличивалась, так в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 46145 тыс. руб., а в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличение произошло на 29375 тыс. руб..

Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности только увеличивалась. Стоимость кредиторской задолженности в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 19931 тыс. руб. или на 59%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом еще увеличилась на 9278 тыс. руб. или на 17%.

Себестоимость продукции, выполненных работ и оказанных услуг в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 110965 тыс. руб. или на 21%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 89820 тыс. руб. или на 14%.

Чистая прибыль значительно увеличилась в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 47577 тыс. руб.. В 2015 году прибыль от продаж увеличилась на 85207 тыс. руб., а в 2014 году по сравнению с 2013 годом чистая прибыль значительно сократилась на 31880 тыс. руб. или на 55% и составила 25699 тыс. руб.

Вышеперечисленные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия оказали влияние на изменения следующих экономических показателей деятельности ОАО «Белгородский Хладокомбинат» за 2013-2015 гг.

Производительность труда в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 143 тыс. руб./чел. или на 9%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 248 тыс. руб./чел. или на 14%. Фондоотдача в течение анализируемого периода изменялась неравномерно, вначале уменьшалась, а затем увеличилась. Фондоемкость, наоборот. Уровень рентабельности продаж в 2014 году по сравнению с 2013 годом уменьшился на 4% и составил 3%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 5% и

составил 8%.

В целом, можно сказать, что в ОАО «Белгородский хладокомбинат» в 2015 году произошел экономический рост, сопровождаемый увеличением объемов деятельности и прибыли.

2.2. Анализ основных экономических показателей ОАО «Белгородский хладокомбинат»

В общей совокупности экономической информации, данные бухгалтерского учета занимают более двух третей на крупных предприятиях и почти сто процентов на мелких и средних. В этих условиях наиболее актуальной становится рассмотрение возможности создания системы бухгалтерского освещения экономической жизни предприятия и внешнего экономического анализа, не требующей дополнительных затрат, но в то же время достаточно эффективны для требований управления.

Известно, что экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности начинается с оценки финансового состояния по данным бухгалтерских документов, в первую очередь бухгалтерского баланса. Основным документом, отражающим финансовое положение предприятия, является бухгалтерский баланс (Приложения 3,4,5). В рыночной экономике бухгалтерский баланс служит основным источником информации для обширного круга пользователей; отчетная информация необходима для удовлетворения нужд не только руководства предприятия, принимающего управленческие решения, а также и других заинтересованных лиц (налоговая инспекция, пенсионный фонд, прокуратура).

По данным баланса знакомятся с имущественным состоянием хозяйствующего субъекта. По балансу определяют, сумеет ли организация в ближайшее время выполнить свои обязательства перед акционерами, инвесторами, кредиторами, покупателями; или ей угрожают финансовые затруднения. По балансу определяют конечный финансовый результат, по

которому судят о способности администрации сохранить и приумножить вверенные ей материальные и денежные ресурсы и который отражается в виде чистой прибыли или убытка в пассиве баланса.

На основе бухгалтерского баланса строится оперативное финансовое планирование любой организации, осуществляется контроль за движением денежных потоков. Данные бухгалтерского баланса используются не только налоговыми службами, кредитными учреждениями, но и органами государственного управления, так как балансы - материал для изучения современной экономической жизни.

Ликвидность - это способность предприятия выполнять свои обязательства по задолженности в момент наступления платежа. Доходность предприятия не всегда характеризует надёжность предприятия перед кредиторами. Предприятие с высокой доходностью может иметь низкую ликвидность и наоборот. Определение возможности реализации материальных ценностей с целью превращения их в денежные средства. Для этого проводится анализ ликвидности баланса заёмщика. Рассчитывают относительные показатели: коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент быстрой ликвидности и коэффициент текущей ликвидности.

Коэффициент абсолютной ликвидности (норма денежных резервов) определяется отношением денежных средств и краткосрочных вложений ко всей сумме краткосрочных долгов предприятия. Он показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена за счет имеющейся денежной наличности. Чем выше его величина, тем больше гарантия погашения долгов. Данный коэффициент представляет интерес для поставщиков сырья и материалов [40, с. 301].

Коэффициент быстрой (срочной) ликвидности – отношение совокупности денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и краткосрочной дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты, к сумме краткосрочных финансовых обязательств. Удовлетворяет обычно соотношение 0,7 – 1. Данный коэффициент

представляет интерес для банков.

Коэффициент текущей ликвидности (общий коэффициент покрытия долгов) – отношение всей суммы оборотных активов, включая запасы, к общей сумме краткосрочных обязательств. Он показывает степень покрытия оборотными активами оборотных пассивов. Удовлетворяет обычно коэффициент > 2 . Данный коэффициент представляет интерес для инвесторов.

Платежеспособность считается нормальной, если этот показатель выше 0,2-0,7. Он характеризует платежеспособность на дату составления баланса и определяется как отношение наиболее ликвидных активов к сумме наиболее срочных обязательств и краткосрочных пассивов:

$$K_{\text{тл}} = \frac{ДФКс}{КО} \quad (1)$$

где ДС - денежные средства, КФВ - краткосрочные финансовые вложения, КО- сумма краткосрочных обязательств (V раздел баланса).

Наиболее обобщающим показателем платежеспособности является общий коэффициент покрытия или текущей ликвидности ($K_{\text{тл}}$). Он определяется как отношение всех оборотных (текущих) активов к величине краткосрочных обязательств:

$$K_{\text{мл}} = \frac{ОА}{КС} \quad (2)$$

где ОА – оборотные активы.

Нормальное значение данного коэффициента находится в пределах 1,5-2. Он характеризует ожидаемую платежеспособность на период, равный средней продолжительности одного оборота всех оборотных средств. Коэффициент покрытия зависит от:

- отрасли производства;
- длительности производственного цикла;
- структуры запасов и затрат;
- форм расчета с покупателями.

Данный коэффициент показывает платежные возможности, оцениваемые не

только при условии своевременности расчетов с дебиторами, но и продажи в случае необходимости материальных оборотных средств.

Относительные показатели ликвидности рассмотрены в таблице 2.

В течение анализируемого периода коэффициент абсолютной ликвидности к концу 2015г. уменьшился, а значит, у ОАО «Белгородский хладокомбинат» небольшая гарантия погасить свои долги, коэффициент быстрой ликвидности так же снизился к концу 2015 года.

Однако, коэффициент текущей ликвидности возрос, то есть оборотные активы полностью покрываются оборотными пассивами. На основании расчетов можно сделать вывод о том, что в организации не высока гарантия погашения долгов, т. к. коэффициент абсолютной ликвидности имеет низкие значения.

Однако значения коэффициента быстрой ликвидности выше норматива, что играет положительную роль для организации. Значения коэффициента текущей ликвидности так же выше норматива.

Одним из показателей, характеризующих финансовое положение предприятия, является его платежеспособность, то есть возможность своевременно погашать свои платежные обязательства наличными денежными ресурсами.

Таблица 4

Анализ ликвидности баланса ОАО «Белгородский хладокомбинат» за 2013 - 2015гг

Показатели	2013 год	2014год	2015 год	Отклонение 2014 года от 2013 года (+/-)	Отклонени е 2015 года от 2014 года (+/-)
1	2	3	4	5	6
1. Денежные средства, тыс. руб.	1560	8793	2850	7233	-5943
2. Краткосрочная дебиторская задолженность, тыс. руб.	194806	230454	257502	35648	27048
3. Оборотные активы, тыс. руб.	277259	320433	408279	43174	1,27

4.Краткосрочные обязательства, тыс. руб.	65595	93852	114737	28257	20885
5.Коэффициент абсолютной ликвидности, тыс. руб.	0,02	0,09	0,02	0,07	-0,07
6. Коэффициент быстрой ликвидности, тыс. руб.	3	2,5	2,3	-0,5	-0,2
7. Коэффициент текущей ликвидности, тыс. руб.	4,2	3,4	3,6	-0,8	0,2

Платежеспособность предприятия – это способность своевременно и в полном объеме погашать свои обязательства по платежам перед бюджетом, банками, поставщиками и другими юридическими и физическими лицами в рамках осуществления нормальной финансово-хозяйственной деятельности [19, с. 39].

При оценке платежеспособности, прежде всего, важно измерить, в какой мере все оборотные активы предприятия покрывают имеющуюся краткосрочную задолженность; в какой степени эту задолженность можно покрыть без привлечения материальных оборотных средств, т.е. за счет денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и средств в расчетах и, наконец, какую часть краткосрочной задолженности реально погасить самой мобильной суммой активов - денежными средствами и краткосрочными финансовыми вложениями. Проанализировать платежеспособность можно с помощью бухгалтерского баланса, для чего сравнивают платежные средства со срочными платежами.

Платежные средства находятся в активе баланса - это денежные средства в кассе, на расчетном счете, на валютном счете, авансы выданные, расчеты с дебиторами. Срочные платежи находятся в пассиве баланса - это задолженность по оплате труда, социальному страхованию, бюджету, внебюджетным платежам и т.д.

Для определения платежеспособности ОАО «Белгородский хладокомбинат» построена таблица 3. Данные для расчетов взяты из: Бухгалтерского баланса на 1 января 2014 г. (Приложение 3), Бухгалтерского баланса на 1 января 2015 г. (Приложение 4), Бухгалтерского баланса на 1 января

2016 г. (Приложение 5).

Таблица 5

Анализ платежеспособности ОАО «Белгородский хладокомбинат»
за 2013 – 2015 гг., тыс. руб.

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2014года от 2013 года (+,-)	Отклонени е 2015 года от 2014 года (+,-)
1	2	3	4	5	6
Платежные средства:					
Денежные средства	1560	8793	2850	7233	-5943
Дебиторская задолженность	194806	230454	257502	35648	27048
Итого платежных средств	196366	239247	260352	42881	21105
Срочные платежи:					
Поставщикам и подрядчикам	14845	21142	75010	6297	53868
По налогам и сборам	5738	2081	2304	-3657	223
Задолженность перед персоналом организации	5072	5250	6860	178	1610
Задолженность перед государственными внебюджетными фондами	2519	2124	2483	-395	359
Прочие кредиторы	943	2245	6231	1302	3986
Итого срочных платежей	29117	32842	92888	3725	60046
Коэффициент платежеспособности	6,7	7,3	2,8	0,6	-4,5

ОАО «Белгородский хладокомбинат» является платежеспособным, так как коэффициент платежеспособности на протяжении всех трех последних лет > 1. В 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличился на 0,6, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом снизился на 4,5, но его значение соответствует норме.

Таблица 6

Показатели финансового состояния ОАО «Белгородский хладокомбинат» за
2013-2015гг.

№ п/ п	Показатели	Годы			Отклонение (+/-)	
		2013	2014	2015	2014от 2013	2015от 2014
1	Собственный капитал, тыс. руб.	438428	462727	534624	24299	71897
2	Заемный капитал, тыс. руб.	107466	131223	91840	23757	-39383
3	Долгосрочные обязательства, тыс. руб.	81578	124602	116336	43024	-8266
4	Краткосрочные обязательства, тыс. руб.	65595	93852	114737	28257	20885
5	Валюта баланса, тыс. руб.	685601	681181	765697	-4420	84516

6	Коэффициент финансовой независимости (автономии)	0,6	0,7	0,7	0,1	-
7	Коэффициент концентрации заемного капитала	0,2	0,2	0,1	-	-0,1
8	Коэффициент финансовой зависимости	1,6	1,5	1,4	-0,1	-0,1
9	Коэффициент текущей задолженности	0,1	0,1	0,1	-	-
10	Коэффициент финансовой устойчивости	0,8	0,9	0,9	0,1	-
11	Коэффициент финансового левериджа (риска)	0,2	0,3	0,2	0,1	-0,1

Финансовое состояние ОАО «Белгородский хладокомбинат» характеризуется рядом показателей, значение которых представлено в следующей таблице. Расчет выполнен по данным бухгалтерских балансов ОАО «Белгородский хладокомбинат» за 2013-2015 гг. (таблица 6).

Увеличение уровня собственного капитала в 2015 году по сравнению с 2014 годом способствовало по крайней мере не снижению финансовой устойчивости организации. Показатели финансовой устойчивости характеризуют степень защищенности интересов инвесторов и кредиторов. Базой их расчета является стоимость имущества, поэтому в целях анализа финансовой устойчивости более пристальное внимание должно быть обращено на пассивы предприятия [39, с. 182]. Коэффициент финансовой независимости в течение анализируемого периода практически не изменялся, вначале увеличился на 0,1, а затем остался на уровне 2014 года. Коэффициент финансовой устойчивости так же имел тенденцию к увеличению и тоже его значение осталось на уровне 2014 года. Коэффициент финансовой зависимости сокращался, а текущей задолженности оставался без изменений.

2.3. Анализ системы финансового планирования и корпоративного бюджетирования в ОАО «Белгородский хладокомбинат»

Эффективная организация планирования в ОАО «Белгородский хладокомбинат» представляет собой формирование целой системы планов,

которая включает в себя следующие виды планирования: стратегическое, бизнес-планирование, бюджетирование. Эти три вида планов должны быть четко увязаны между собой. На ОАО «Белгородский хладокомбинат» необходимо применять все три вида планирования. Они должны находиться в строгой соподчиненности: основываясь на долгосрочных стратегических целях и миссии ОАО «Белгородский хладокомбинат», разрабатывается бизнес-план, который представляет собой инструмент достижения этих целей, и, далее, в процессе бюджетирования, создается система детальных планов с организацией системы координации и контроля их выполнения, ориентированная на бизнес-план. Бюджет в ОАО «Белгородский хладокомбинат» составляется сроком на 1 календарный год с внутренним делением по кварталам, строится на основании плановых величин ключевых показателей, и состоит из Главного бюджета и бюджетов по центрам финансовой ответственности (ЦФО).

Основными ключевыми показателями ОАО «Белгородский хладокомбинат» являются:

- годовая выручка от продажи;
- средний уровень издержек (% от выручки);
- средний уровень чистой прибыли (% от выручки);
- средняя величина задействованного капитала;
- соотношение величин заемного и собственного капитала;
- производительность труда 1 сотрудника (выручка от реализации / количество сотрудников).

На основании установленных значений ключевых показателей деятельности ОАО «Белгородский хладокомбинат» формируются четыре документа:

1. Бюджет доходов и расходов (БДР).
2. Бюджет движения денежных средств (БДДС).
3. Бюджет балансового листа (ББЛ).
4. Бюджет труда и зарплаты.

По структуре показателей бюджет доходов и расходов, бюджет движения

денежных средств, бюджет балансового листа полностью соответствуют основным формам бухгалтерской отчетности: отчету о финансовых результатах, отчету о движении денежных средств и балансовому отчету, и являются их проекцией на ближайшее будущее (плановый год).

Таблица 7

Бюджет доходов и расходов ОАО «Белгородский хладокомбинат» на
2015 г.

Показатели	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	За 2015
Доходы и расходы по обычным видам деятельности					
Выручка от продажи продукции,	270203	210203	260204	220205	960815
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	183171	187171	182171	187171	740687
Валовая прибыль	25032	555032	65032	75032	220128
Коммерческие расходы	2702	2702	2702	2702	10808
Управленческие расходы	16007	16007	16007	16007	64026
Прибыль (убыток) от продаж	16324	26324	36324	56324	145294
Прочие доходы	4086	4086	4086	4086	16344
Прочие расходы	14535	14535	14535	14535	58139
Прибыль до налогообложения	24116	24116	24116	24116	96465
Текущий налог на прибыль	5605	5605	5605	5605	22421
Чистая прибыль периода	18319	18319	18319	18319	73276

В совокупности все бюджеты, указанных выше, составляют Главный бюджет предприятия. Схема формирования бюджета доходов и расходов представлена в приложении 10.

В таблице 7 приведен бюджет доходов и расходов ОАО «Белгородский хладокомбинат» на 2015 год.

При составлении бюджета на 2015 год руководство ОАО «Белгородский хладокомбинат» включило в составление плана инфляционные ожидания. По прогнозам финансовых аналитиков к концу 2015 года уровень увеличения цен ожидался на уровне 15% в квартал, поэтому руководство заблаговременно внесло в бюджет страховой запас финансовой устойчивости.

Далее составляется бюджет движения денежных средств. На предприятии ОАО «Белгородский хладокомбинат» бюджет денежных средств составляется прямым методом (Приложение 9). Такой метод позволяет получить точную

картину движения денежных средств, но подразумевает грамотно построенную и отлаженную систему учета. Система бюджетного управления строится, как правило, с разбивкой на бюджетные центры, поэтому необходим механизм получения информации с детализацией движения денег. В таблице 8 приведен бюджет движения денежных средств на 2015 год (Приложение 11).

Одно из основных направлений использования бюджета по балансовому листу заключается в том, что он нужен еще для того, чтобы управлять развитием компании. Бюджет по балансовому листу содержит много полезной информации о финансово-экономическом положении компании. Если активы компании растут, то нужно понимать, за счет чего они растут и к каким результатам это приведет. Для некоторых компаний важно отслеживать соотношение кредиторской и дебиторской задолженности. Также с помощью "баланса" можно контролировать рентабельность активов и собственного капитала. Нужно отметить, что значения статей бюджета по балансовому листу на начало года – прогнозные, т.к. большинство из них сложно указать точно на момент планирования. Бюджет затрат на оплату труда - это количественное выражение планов относительно затрат компании на оплату труда основного персонала.

Таблица 9

Бюджет по балансовому листу ОАО «Белгородский хладокомбинат» на
2014 — 2015г.г.

Наименование показателя	Значение показателей	
	2014г.	2015г.
Актив		
Всего активы предприятия, тыс. руб.	681181	766697
Внеоборотные активы, тыс. руб.	360748	357418
Основные средства, тыс. руб.	330043	331681
Оборотные активы, тыс. руб.	320433	408279
Запасы и затраты, тыс. руб.	67014	95539
Налог на добавленную стоимость по приобретениям, тыс.руб.	4	-
Дебиторская задолженность (в течении 12 месяцев),	230454	257502

тыс.руб.		
Денежные средства, тыс. руб.	8793	2850
Пассив		
Собственные средства предприятия тыс.руб.	462727	534624
Уставный капитал тыс.руб.	112	112
Нераспределенная прибыль тыс.руб.	401755	477250
Краткосрочные заемные средства тыс.руб.	55159	16776
Кредиторская задолженность тыс.руб.	32642	92888
Задолженность перед поставщиками и подрядчиками, тыс.руб.	21142	75010
Задолженность перед персоналом, тыс.руб.	5250	6860
Задолженность перед государственными внебюджетными фондами, тыс.руб.	2124	2463
Задолженность по налогам и сборам, тыс.руб.	2081	2304
Прочие кредиторы, тыс.руб.	117	103

В таблице 11 приведен бюджет на оплату труда работников торгового предприятия ОАО «Белгородский хладокомбинат»

Таблица 11

Бюджет затрат на оплату труда работников ОАО «Белгородский хладокомбинат» на 2015 г.

Категории работников	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	Всего за 2015 год
Руководящие работники	301 000	320 740	309 530	318 210	1 249 480
Административный персонал	1 139 120	1 231 385	1 280 896	1 176 040	4 827 441
Торговый персонал	363 735	426 900	424 006	431 230	1 645 871
Технический обслуж. персонал	36 500	36 800	37 800	38 230	4 827 441
Фонд оплаты труда	1 840 355	2 015 825	2 052 232	1 963 710	12 550 233

Таким образом, ясно, что бюджетирование является трудоемким процессом, предполагающим участие многих специалистов, объединенных единым руководством и общей идеей, требующим определенных материальных и временных затрат. Именно поэтому многие руководители избегают разрабатывать бюджеты, предпочитая вести управление путем оперативного реагирования на возникающие ситуации, утверждая, что в быстро меняющейся обстановке, показатели, заложенные в бюджетах устаревают раньше начала своего воплощения. Действительно, ситуация меняется стремительно. Однако, следует понимать, что для менеджмента предприятия процесс подготовки

системы бюджетов не менее важен, чем сам Главный бюджет. Внутренние потребности бюджетирования состоят в полезности систематического анализа производства, а также в представлении программы развития в таком виде, который позволяет осуществить непрерывный мониторинг и принимать оперативные решения по возникающим проблемам.

3. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «БЕЛГОРОДСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ»

3.1. Мероприятия по совершенствованию финансового обеспечения коммерческой деятельности розничной торговли

При планировании бюджетов очень важно учесть всю основную информацию, которая может повлиять на финансовый результат, финансовые потоки и финансовое положение компании. Довольно распространенным явлением в ОАО «Белгородский хладокомбинат» стала не полная консолидация информации при планировании бюджетов.

При консолидации бюджетов должна учитываться плановая информация по текущей деятельности и по проектам развития предприятия. В существующей системе бюджетирования ОАО «Белгородский хладокомбинат» такая консолидация сознательно не проводится, что может привести к следующим последствиям:

- принятие не эффективных инвестиционных решений;
- несогласованное планирование финансовых ресурсов;
- несогласованное планирование трудовых, энергетических и управленческих ресурсов.

Множество ошибок ОАО «Белгородский хладокомбинат» допускает при регламентации процесса бюджетирования и разработке финансовой модели, на основе которой строятся бюджеты. Зачастую регламенты бюджетирования и описание финансовой модели просто отсутствуют, то есть в ОАО «Белгородский хладокомбинат» отсутствует Положение о бюджетировании, регламентирующее процесс бюджетирования и определяющее методику формирования, согласования и утверждения бюджетов, подготовку отчетов по бюджетам, проведения анализа и контроля исполнения бюджетов.

Регламенты бюджетирования – документы, представляющие в

систематизированной форме описание процедур финансово-экономического планирования и контроля, действующих в компании. Регламентация процесса бюджетирования чаще всего ограничивается только разработкой форматов бюджетов, а этого не достаточно. Отсутствие регламентов бюджетирования может приводить к ошибкам в работе различных подразделений при контроле бюджетов.

Таким образом, в ОАО «Белгородский Хладокомбинат» должно быть разработано, согласовано и утверждено Положение о бюджетировании.

Состав Положения о бюджетировании (минимальный набор):

1. Цели бюджетирования.
2. Объекты бюджетирования.
3. Классификатор бюджетов.
4. Форматы бюджетов.
5. Организационный регламент бюджетирования:
 - функции бюджетирования;
 - распределение функций бюджетирования по подразделениям компании;
 - процедура согласования, утверждения и контроля исполнения бюджетов.
6. Временной регламент бюджетирования:
 - периоды бюджетирования;
 - сроки подготовки бюджетов (к какому сроку должен быть подготовлен тот или иной бюджет/отчет).

Еще один важный пункт, который должен быть прописан – это финансовая модель (методика бюджетирования). Если описание финансовой модели по объему не большое, то его можно поместить в Положение о бюджетировании седьмым пунктом. В противном случае описание методики бюджетирования лучше оформить отдельным документом, т.к. регламентирующую документацию не стоит перегружать большим объемом

информации. Финансовая модель бюджетирования определяет порядок и схему расчетов всех показателей бюджетных форм, принятых в компании.

Наличие в компаниях схемы консолидации плановой и фактической информации по бюджетам предприятия, формализованного описания основных исходных данных, которые используются при составлении бюджетов, позволило бы:

1. оценивать руководству качество и адекватность финансовой модели бюджетирования, не погружаясь в детальные расчеты;
2. проводить более качественный анализ отклонений план/факт и определять причины существенных отклонений важных финансово-хозяйственных показателей предприятия,

Отсутствие интегрированной финансовой модели может привести к ошибкам при принятии решений. Используя интегрированную финансовую модель бюджетирования можно проводить варианты расчеты бюджетов.

Еще одной распространенной ошибкой финансовой модели является отсутствие интеграции между финансовыми бюджетами компании.. финансовый результат компании должен быть связан с финансовым потоком и с финансовым положением компании.

Разработка любой финансовой модели бюджетирования должна начинаться с анализа основных ограничивающих факторов. Расчета бюджетов компании не всегда должен начинаться с расчета бюджета продаж. Расчет бюджетов идет от ограничивающих факторов. Если предприятие продает все, что производит и при этом могло бы продавать большее, то это значит, что первым ограничивающим фактором является производство и соответственно бюджеты должны рассчитываться от возможностей производства. Данная ситуация часто встречается на растущих рынках. Ограничивающим фактором может быть и снабжение. Это наиболее характерно сейчас для ОАО «Белгородский хладокомбинат». Ограничивающие факторы могут меняться в течении года (фактор сезонности), а также они могут быть разными для разных бизнесов, которые могут реализовываться в рамках одной компании.

Итак, описание финансовой модели бюджетирования (минимальный набор) должно содержать следующие разделы:

1. Блок-схема формирования сводных (финансовых) бюджетов (последовательность составления бюджетов).
2. Методика формирования значения по каждой статье бюджета (описать максимально полно в произвольном формате).
3. Основные гипотезы и предположения, используемые при подготовке каждого бюджета.
4. Учетная политика компании, используемая при подготовке фактической информации об исполнении бюджетов.
5. Методика формирования фактической информации.
6. Методика проведения анализа исполнения бюджетов.

Бюджеты по подразделениям можно построить не все. Легче всего построить по подразделениям бюджет доходов и расходов, узким местом в данном случае является разнесение накладных расходов, что может существенно повлиять на финансовый результат подразделений. Построение бюджета движения денежных средств и особенно бюджета по балансовому листу затруднено в ОАО «Белгородский хладокомбинат» тем, что сложно разнести по подразделениям некоторые элементы финансовой отчетности, например, денежные средства, кредиты, акционерный капитал и т.д.

При разработке форматов бюджетов необходимо понимать, что форматы строятся в соответствии с целями данных бюджетов.

Также необходимо обратить внимание на то, что существуют стандартные форматы финансовых бюджетов, но не существует стандартных форматов операционных бюджетов. Это не означает, что ОАО «Белгородский хладокомбинат» должно обязательно брать стандартные форматы финансовых бюджетов, не внося в них никаких изменений. Но получается так, что форматы финансовых бюджетов не адаптируются к конкретной компании, а изобретаются каждый раз с нуля. При этом делается множество ошибок.

Нарушение принципа единства плановых и фактических форм бюджетов

недопустимо. Форматы бюджетов и отчетов должны совпадать для возможности их сопоставления.

Наибольшей популярностью в ОАО «Белгородский хладокомбинат» пользуется бюджет движения денежных средств. Это связано с тем, что проблема дефицита бюджета является очень распространенной. К тому же бюджетирование движения денежных средств легче всего внедрить, т.к. данный инструмент является объективным в том смысле, что бюджет движения денежных средств не зависит от учетной политики, принятой на предприятии. В отличие от других бюджетов напрямую зависят от учетной политики, в зависимости от которой статьи данных бюджетов могут иметь разные значения, а от этой информации зависят решения, принимаемые руководителями компании.

Одна из распространенных ошибок, связанная с разработкой форматов бюджетов, появляется в результате желания руководства иметь сразу всю необходимую информацию в одном документе.

В условиях нехватки финансирования, бюджеты могут быть не выполнены не по вине ответственных исполнителей, а из-за того, что не было выделено достаточного финансирования на закупку сырья и материалов. В такой системе практически все завязаны на всех. Тем не менее, нужно учитывать фактическую эффективность работы подразделений. Для этого при проведении анализа исполнения бюджетов необходимо использовать гибкие бюджеты, учитывающие фактический объем работ. Иначе выводы по результатам анализа могут быть неверными. Поэтому для того чтобы проводить анализ исполнения бюджета нужно сравнивать фактический бюджет не с первоначально составленным бюджетом (жесткий бюджет), а с бюджетом, пересчитанным на фактический объем выполненных работ и выделенного финансирования (гибкий бюджет).

В бюджетировании (на этапе планирования) принимают участие практически все подразделения предприятия, а финансовая служба выступает в роли координатора данного процесса, а также выполняет функции, связанные с

консолидацией бюджетов, подготовкой фактической информации, а также проведение план-фактного анализа исполнения бюджетов. Результаты план-фактного анализа исполнения бюджета должны использоваться в дальнейшей работе компании, в т.ч. и для расчетов бюджетов на следующие плановые периоды. В ОАО «Белгородский хладокомбинат» необходимо внедрить процедуру регулярной корректировки бюджетов. Довольно часто встречается ситуация, когда ОАО «Белгородский хладокомбинат» составляет годовой бюджет с разбивкой по месяцам и кварталам. Но после того как прошел очередной месяц бюджет до конца года не корректируется (с учетом фактической информации). При этом фактический отчет за месяц также сравнивают с годовыми цифрами, которые не корректируются.

Бюджет движения денежных средств должен приниматься бездефицитным. В действительности для оценки дефицита необходимо учитывать не только финансовый поток, но и остатки денежных средств на начало периода. Если у ОАО «Белгородский хладокомбинат» оставались финансовые ресурсы на начало месяца, то они могут перекрыть отрицательную сумму финансового потока в данном месяце, и даже в таком случае дефицита не будет.

Бюджетирование – это планирование и контроль финансово-экономического состояния компании. Внимание здесь нужно обратить на слова планирование и контроль.

Есть два принципа, которые должны закладываться в построение эффективной системы планирования и контроля:

- планирование должно быть децентрализованным;
- контроль должен быть централизованным.

Итак, планирование должно быть децентрализованным, а учет централизованным. Но это вовсе не означает, что подготовленные планы должны безоговорочно приниматься. Ответственные за подготовку бюджетов могут намеренно завышать плановые показатели, поэтому руководителю компании следует проверять составленные бюджеты.

Бюджет движения денежных средств составляется либо после подготовки первого варианта бюджета доходов и расходов (прямой метод составления БДДС) либо после подготовки бюджета по балансовому листу (косвенный метод составления БДДС). При составлении БДДС прямым методом преследуют цель обеспечения бездефицитности бюджета, т.е. реализуемости производственной программы, на основе которой подготовлен данный БДДС.

Так как ОАО «Белгородский хладокомбинат» планирует развиваться и расширять масштабы бизнесов, то для более эффективного управления таким предприятием необходимо использовать бюджетирование в полном объеме. Полная система бюджетирования поможет эффективно управлять ОАО «Белгородский хладокомбинат» за счет результативного планирования и контроля:

- ликвидности предприятия (БДДС, ББЛ);
- рентабельности предприятия (БДР);
- деловой активности предприятия (БДР, ББЛ);
- финансовой устойчивости предприятия (БДР, ББЛ).

В завершении, необходимо сделать одно примечание, связанное с возможностью использованием полного набора инструментов бюджетирования. Из-за сложности бюджетирование по балансовому листу в полном объеме на российских предприятиях используется очень редко. В полном объеме используют бюджет доходов и расходов и бюджет движения денежных средств, а также элементы бюджета балансового оиста, то есть планируют и контролируют только отдельные элементы: дебиторскую задолженность, запасы, кредиторскую задолженность, кредиты.

3.2. Совершенствование коммерческой работы предприятия розничной торговли

Главная цель коммерческой деятельности – получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре торгового обслуживания. Эта цель в равной степени важна как для организаций и

предприятий, так и для отдельных лиц, осуществляющих операции купли-продажи на рынке товаров и услуг.

В целях совершенствования рекламно-информационной деятельности предприятия по сбыту товаров было ОАО «Белгородский хладокомбинат» предлагается открыть и поддерживать в актуальном состоянии на каждый день собственный сайт в Интернете.

Наличие сайта позволяет улучшить отношения с партнерами и клиентами ОАО «Белгородский хладокомбинат». Web-сайт будет давать четкое представление о всех бизнес-процессах, протекающих в компании. Информация будет всегда актуальна и доступна круглосуточно. Сайт станет незаменимым маркетинговым инструментом. При помощи различных средств общения с аудиторией (анкеты, гостевые книги), анализа и статистики можно выяснять предпочтения потенциальных клиентов и мгновенно реагировать на все изменения спроса. Сайт это работник, который работает 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году с клиентами и покупателями.

Реализация данных предложений значительно повысит эффективность торговой деятельности ОАО «Белгородский хладокомбинат».

Сегодня Web-сайт из средства престижа и рекламы превратился в реальный инструмент эффективного ведения бизнеса, стал средством оперативного взаимодействия с партнерами и клиентами. Относительно организации и стимулирования сбыта в данной фирме можно предложить использование таких средств стимулирования, как реклама на радио и местном телевидении, в прессе и печати рекламных обращений, буклетов и прайс-листов, которые необходимо чаще распространять в регионе и за его пределами.

Совокупность складских технологических операций по разгрузке, перемещению, распаковке, приемке, размещению, укладке, хранению и отпуску товаров составляет содержание внутри складского технологического процесса. Рациональная организация складского процесса основывается на соблюдении следующих основных принципов:

- механизации и автоматизации технологических операций;

- оптимального использования площади и емкости складских помещений;
- организации сквозного «прямоточного» товарного потока;
- планомерности и ритмичности складских работ;
- полной сохранности товаров.

Всеми операциями по движению товаров на складе организации руководит товаровед, являющийся в ряде случаев одновременно и материально ответственным лицом. С учетом возможного большого количества одновременно производимых операций, связанных с приемкой и отпуском товаров, предложено возможное структурное деление материально ответственного персонала склада, работающего непосредственно с товарами (*грузами*) на следующие группы: приемки, комплектации, отпуска (*отгрузки*), инвентарного контроля. Приемку товара на складе можно ускорить, используя считывание штрих-кодов с помощью переносных сканеров.

В результате разработки оптовым предприятием оптимального ассортиментного перечня, оно сможет в рациональных пропорциях сочетать различные товарные группы в соответствии с целенаправленностью предприятия и возможностями рынка. Это позволит им согласно оценки их возможностей ограничиться закупками и реализацией тех товарных групп, которые обеспечат рентабельную деятельность в целом по организации.

Для совершенствования коммерческой работы предприятия можно предложить:

- Совершенствование системы снабжения. Для этого необходимо чтобы организация вела дальнейшее систематическое изучение источников закупки и поставщиков товаров.
- Совершенствование системы безналичных расчетов. Организация денежных расчетов с использованием безналичных денег гораздо предпочтительнее платежей наличными деньгами, поскольку достигается значительная экономия на издержках обращения.
- Использование средств стимулирования сбыта. В условиях современного рынка с ростом числа конкурирующих организаций существенно возрастает роль и значение маркетинговых подходов в организации и продвижении услуг на рынке.

В настоящее время огромное значение для любого торгового предприятия имеют его коммерческие связи с поставщиками и покупателями. Их развитие дает ему возможность уверенно действовать на рынке и успешно конкурировать с любой другой фирмой. Правильный подбор поставщиков, установление с ними взаимопонимания и доверия, основанных на добросовестном выполнении всех договоренностей, дает возможность торговому предприятию вести свои дела наиболее эффективно и с максимальной прибылью.

Важно отметить, что даже в условиях жесткой конкуренции ОАО «Белгородский хладокомбинат» постоянно нацелена на развитие, привлечение новых клиентов и удержание старых, поэтому, основываясь на исследованиях рынка и опыте работы ряда основных конкурентов компании, успешно ведущих торговлю доступными и относительно недорогими аналоговыми товарами уже не первый год, важным этапом в повышении эффективности коммерческой деятельности станет совершенствование ассортимента поставляемых товаров.

Основными предложениями по совершенствованию ассортимента товаров будут: пересмотр ассортиментной политики организации, в соответствии с

современными требованиями рынка и формирование наиболее предпочтительного для потребителей ассортимента товаров, обеспечивающего наибольшую экономическую эффективность деятельности данной торговой организации.

На начальном этапе рекомендуется добавить в ассортимент по наиболее ходовым позициям товаров. Определить наиболее ходовые позиции в ассортименте можно путем анализа объемов продаж в денежном и натуральном выражении. Другой, более эффективный показатель – это частота заказов данного товара, т.е. процент заказов, где этот товар присутствует. Для более точного анализа следует выделить наиболее крупных покупателей и провести анализ их заказов на предмет выявления наиболее ходовых позиций. Именно их потребности в наибольшей степени должны влиять на формируемый ассортимент.

Далее постепенно произвести замещение товаров с низкой оборачиваемостью на более доступные и востребованные аналоги.

В дальнейшем, проводить систематическое изучение спроса покупателей и конъюнктуры рынка для внесения изменений в ассортимент реализуемых товаров и создания оптимальных товарных запасов.

На данный момент в ОАО «Белгородский хладокомбинат» с выходом на рынок уже осуществлялся ряд рекламных мероприятий. Преимущественно на практике рекламной деятельности использовались, как правило, наружная реклама, презентации фирмы и товарных брендов клиентам в офисе – магазине организации, разработка некоторой печатной продукции.

Эффективность проводимых рекламных мероприятий оказывалась невысокой. Поэтому можно сказать, что организации эффективной рекламной деятельности в ОАО «Белгородский хладокомбинат» уделялось недостаточно внимания.

Так как на современном этапе развития рынка наблюдается сильная конкуренция, то в таких условиях одним из важнейших факторов успешной работы любой компании становится умение привлечь новых клиентов. Поэтому

одним из основных инструментов решения этой задачи, помимо совершенствования ценовой политики, формирование системы скидок и расширения ассортимента, также является проведение активной рекламной деятельности компании.

В целях стимулирования розничных продаж данной торговой организации необходимо проводить активную рекламную деятельность. В первую очередь особое внимание следует уделить рекламе в сети интернет и на электронных носителях, поскольку данные методы являются наиболее современными и перспективными средствами рекламы.

Имея собственный интернет – сайт ОАО «Белгородский хладокомбинат» располагает всеми возможностями использования преимуществ рекламы через интернет.

Поскольку на данный момент интернет дает возможность доступа в реальном времени к необходимым информационным ресурсам ОАО «Белгородский хладокомбинат», то целесообразно внедрить такие инструменты внешней рекламы как регистрация сайта в интернет-каталогах и его индексация поисковыми системами, что будет являться одним из наиболее эффективных инструментов привлечения посетителей на сайт компании и насыщение его всевозможной коммерческой информацией рекламного характера. Также эффективным способом привлечения новых посетителей на сайт и увеличения объемов продаж через интернет должно стать использование партнерских программ.

Еще одно направление, которое можно активно использовать в настоящее время в качестве интернет – рекламы – это социальные сети, так как на данный момент ими пользуется более 90% всех посетителей всемирной сети, то это безусловно, сделает эти ресурсы мощным инструментом в совершенствовании рекламной деятельности посредством сети интернет.

Поскольку одними из основных задач, решаемых ОАО «Белгородский хладокомбинат», являются обретение собственного сегмента рынка, формирование позитивного имиджа компании и узнаваемости торговой марки у

покупателей, то вполне эффективными будут меры по автоматизации рассылки по электронным каналам связи (электронная почта, телефаксная связь и т.д.) важной и любой необходимой для покупателей информации о деятельности организации. Такой информацией могут быть прайс – листы с наименованиями и ценами на ходовые товары, технические характеристики, проводимые рекламные акции и специальные мероприятия для клиентов компании. Основой для работы автоматизированной рассылки станет имеющаяся клиентская база в торговой программе со всеми необходимыми данными о покупателях. В настоящее же время основной объем подобного рода информации доводится клиентам устно при личном общении в офисе – магазине со специалистами по продажам или при телефонном общении с клиентами. Помимо совершенствования рекламной деятельности в сети интернет, важным дополнением в успешном формировании позитивных деловых контактов с покупателями и узнаваемости фирмы и поставляемых брендов станет распространение различной рекламной продукции. Осуществление подобной рекламной деятельности, направленной на формирование положительного представления о торговой организации у покупателей, будет способствовать установлению более тесных деловых контактов, а также закреплению и узнаваемости торговой марки на рынке. Итак, с помощью совершенствования рекламной деятельности ОАО «Белгородский хладокомбинат» можно значительно увеличить объем продажи товаров и тем самым объем прибыли торговой организации. Правильно организованная рекламная деятельность обеспечивает узнаваемость торговой организации на рынке и является одним из наиболее эффективных способов повышения конкурентоспособности фирмы, расширения рынков сбыта и увеличения объемов продаж.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях формирования рыночных отношений, конкурентного рынка существенно повышается роль коммерческой деятельности по розничным продажам товаров в обеспечении эффективной работы субъектов хозяйствования. Коммерческая деятельность рассматривается не только как процесс выполнения торгово-организационных операций, обслуживающих совершение актов купли-продажи, но и как важнейшая функция торговой организации, оказывающая существенное влияние на конечные результаты работы. Необходимо отметить, что сегодня бюджетирование используется в российских компаниях крайне редко. Это объясняется нестабильностью инфляционных процессов, налогового законодательства, высокой степенью неопределенности на российском рынке и другими ограничивающими факторами. Однако, общепризнанно, что эффективное управление финансами предприятия, а соответственно и достаточное финансовое обеспечение деятельности, возможно лишь при планировании всех финансовых потоков, процессов и отношений хозяйствующего субъекта.

Большинство организаций, в том числе и ОАО «Белгородский хладокомбинат» продают свою продукцию множеству мелких покупателей, которые предпочитают расплачиваться наличными средствами. Скорость движения денежных средств во многом определяет эффективность всей хозяйственной деятельности организации.

Объектом исследования является ОАО «Белгородский хладокомбинат». Предметом деятельности Общества являются: операции по оптовой и розничной купле-продаже замороженными продуктами и полуфабрикатами, мороженым. Бухгалтерский учет на предприятии компьютеризирован. Обработка информации ведется с применением индивидуальной программы «Разноторг». Безналичный расчет осуществляется с помощью программного обеспечения «Клиент-банк».

Произведенный анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Белгородский Хладокомбинат» свидетельствует о том, что выручка от продажи продукции в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 81792 тыс. руб. или на 10%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом выручка от продажи продукции, работ, услуг еще увеличилась на 98783 тыс. руб. или на 11%.

Среднесписочная численность работников предприятия к концу анализируемого периода уменьшалась, так в 2014 году по сравнению с 2013 годом она увеличилась на 6 человек или 1%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом уменьшилась на 13 человек или на 3%. Среднегодовая стоимость основных средств в течение 2013 -2015гг. увеличивалась, так в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 46145 тыс. руб., а в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличение произошло на 29375 тыс. руб..

Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности только увеличивалась. Стоимость кредиторской задолженности в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 19931 тыс. руб. или на 59%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом еще увеличилась на 9278 тыс. руб. или на 17%.

Себестоимость продукции, выполненных работ и оказанных услуг в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 110965 тыс. руб. или на 21%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 89820 тыс. руб. или на 14%.

Чистая прибыль значительно увеличилась в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 47577 тыс. руб.. В 2014 году прибыль от продаж увеличилась на 85207 тыс. руб., а в 2014 году по сравнению с 2013 годом чистая прибыль значительно сократилась на 31880 тыс. руб. или на 55% и составила 25699 тыс. руб.

Вышеперечисленные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия оказали влияние на изменения следующих экономических показателей деятельности ОАО «Белгородский Хладокомбинат» за 2013-2015 гг.

Производительность труда в 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличилась на 143 тыс. руб./чел. или на 9%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличилась на 248 тыс. руб./чел. или на 14%. Фондоотдача в течение анализируемого периода изменялась неравномерно, вначале уменьшалась, а затем увеличилась. Фондоемкость, наоборот. Уровень рентабельности продаж в 2014 году по сравнению с 2013 годом уменьшился на 4% и составил 3%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 5% и составил 8%.

В целом, можно сказать, что в ОАО «Белгородский хладокомбинат» в 2015 году произошел экономический рост, сопровождаемый увеличением объемов деятельности и прибыли.

В течение анализируемого периода коэффициент абсолютной ликвидности к концу 2015г. уменьшился, а значит, у ОАО «Белгородский хладокомбинат» небольшая гарантия погасить свои долги, коэффициент быстрой ликвидности так же снизился к концу 2015 года. Однако, коэффициент текущей ликвидности возрос, то есть оборотные активы полностью покрываются оборотными пассивами. На основании расчетов можно сделать вывод о том, что в организации не высока гарантия погашения долгов, т. к. коэффициент абсолютной ликвидности имеет низкие значения. ОАО «Белгородский хладокомбинат» является платежеспособным, так как коэффициент платежеспособности на протяжении всех трех последних лет > 1 . В 2014 году по сравнению с 2013 годом увеличился на 0,6, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом снизился на 4,5, но его значение соответствует норме.

Финансовое обеспечение имеет большое значение для успешной деятельности предприятия и его процветания в условиях неослабевающей рыночной конкуренции. Без информации о состоянии денежных ресурсов невозможен процесс принятия решений о размещении и перемещении денежных средств более прибыльные сферы деятельности. Капитал является денежным активом, необходимым для осуществления

хозяйственной деятельности. Главная цель капитала состоит в увеличении денежных ресурсов посредством их постоянного использования и обращения. Размер необходимого капитала зависит от характера и масштабов деятельности розничного предприятия и размера текущих долговых обязательств. Источниками капитала может быть первоначальное капиталовложение владельца (или акционеров) фирмы, последующие инвестиции, прибыль, получаемая в результате выручки от продаж, а также от вкладов в различные ценные бумаги. Расширение хозяйственной деятельности может потребовать привлечения дополнительных денежных средств. Потребность в дополнительных капиталовложениях часто превышает собственные ресурсы компании. При осуществлении финансирования из внешнего источника управляющему финансами оптовой фирмы следует оценить эффективность займа как с точки зрения интересов собственной компании, так и с позиций кредитодателя.

Эффективная организация планирования в ОАО «Белгородский хладокомбинат» представляет собой формирование целой системы планов, которая включает в себя следующие виды планирования: стратегическое, бизнес-планирование, бюджетирование. На основании установленных значений ключевых показателей деятельности ОАО «Белгородский хладокомбинат» формируются четыре документа: бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, бюджет балансового листа, бюджет труда и зарплаты.

В качестве мероприятий по совершенствованию улучшения финансового обеспечения коммерческой деятельности ОАО «Белгородский Хладокомбинат» можно предложить следующее:

1. Довольно распространенным явлением в ОАО «Белгородский хладокомбинат» стала не полная консолидация информации при планировании бюджетов и множество ошибок при регламентации процесса бюджетирования. Предложена разработка финансовой модели, в виде Положения о бюджетировании, регламентирующее процесс

бюджетирования и определяющее методiku формирования, согласования и утверждения бюджетов, подготовку отчетов по бюджетам, проведения анализа и контроля исполнения бюджетов.

2. Прописана схема консолидации плановой и фактической информации по бюджетам предприятия;

3. Обосновано использование бюджетирования в коммерческой деятельности в полном объеме.

4. Совершенствование рекламно-информационной деятельности предприятия по сбыту товаров;

5. Совершенствование ассортимента товаров в виде пересмотра ассортиментной политики организации, в соответствии с современными требованиями рынка и формирование наиболее предпочтительного для потребителей ассортимента товаров, обеспечивающего наибольшую экономическую эффективность деятельности данной торговой организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Российская Федерация. Государственная Дума. Гражданский кодекс Российской Федерации [Текст] Часть первая, вторая, третья, четвертая: по состоянию на 1 января 2008 г.: офиц. текст / М.: Юрайт, 2012. – 555 с.
2. Российская Федерация. Государственная Дума. Налоговый кодекс Российской Федерации [Текст]. Часть первая, вторая: по состоянию на 1 января 2007 г.: офиц. текст / М.: Омега-Л, 2012. – 814 с. – (Кодексы Российской Федерации).
3. Абчук В.А. Коммерция: Учебник. - СПб. [Текст]: Изд. Михайлова, 2012. – 475с.
4. Артамонова Л.И. Организация торговли.- М.[Текст]: Экономика, 2011.- 345с.
5. Архипов В. Е. Маркетинг. Техника создания спроса.- М.[Текст]: Вершина, 2011.-304с.
6. Аванесов Ю.А., Ключко А.Н., Васькин Е.В. Основы коммерции на рынке товаров и услуг: Учебник для вузов. М.[Текст]: ТОО “Люкс-арт”, 2012.
7. Александров Ю.Л., Трещенко Н.Н. Экономика товарного обращения. – Красноярск[Текст]: КГУ, 2013.
8. Альбеков А.У., Федько В.П., Митько О.А. логистика коммерции.[Текст] Учебник, Феникс, 2013.
9. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. –М.[Текст]: Книжный мир, 2014.
10. Брагин Л.А. Организация коммерческой деятельности. – М.[Текст]: Издательский цент «Академия», 2014
11. Белковский А.Н. Заново изобретая приемы менеджмента [Текст] // Менеджмент в России и за рубежом. 2015. №1 с. 3-8.
12. Виноградова С.В., Маркина Н.В., Юдникова Е.С., Яненко М.Б. Маркетинг торгового предприятия – СПб.[Текст]: Питер, 2014. – 528 с.

13. Воронов А. Моделирование конкурентоспособности продукции предприятия [Текст]// Маркетинг, 2011. № 4. с. 86-94
14. Валевич Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия. - Минск [Текст]: Высшая школа, 2012. - 321 с.
15. Гребнев А.И. Экономика торгового предприятия. [Текст]- М., 2012. - 365 с.
16. Даненбург В., Монкриф Р., Тейлор В. Основы оптовой торговли: Практический курс. - СПб. [Текст]: Нева - Ладога - Онега, 2013. - 345 с.
17. Дашков Л. П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли. - М. [Текст]: Маркетинг, 2014. - 448с.
18. Козлов В.К. Коммерческая деятельность производственных предприятий. – СПб.[Текст]: Политехника, 2011. – 152 с.
19. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм): Учебник / Под. ред. О.А. Новикова, В.В. Щербакова. - СПб. [Текст]: Изд. СПбГУЭФ, 2013. - 416 с.
20. Котлер Ф. Основа маркетинга.- М. [Текст]: Прогресс, 2014.- 736 с.
21. Липсиц И.В. Бизнес-план - основа успеха. - М. [Текст]: Машиностроение, 2013. – 93с.
22. Макарьева В.Н., Андреева Л.В. Анализ финансово – хозяйственной деятельности: Учебное пособие для вузов. – М.[Текст]: Финансовые источники, - 2012. – 264с.
23. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник. - М. [Текст]: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2013. - 324 с.
24. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Практикум. - М. [Текст]: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. -215 с.
25. Основы предпринимательской деятельности / Под ред. В.М.Власовой. - М. [Текст]: Финансы и статистика, 2015. - 102 с.
26. Панкратов Ф.Г., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли. - М. [Текст]: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2014. - 220 с.
27. Панкратов Ф.Г. и др. Практикум по коммерческой деятельности:

Учебное пособие. - М. [Текст]: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2014. – 248с.

28. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность. -М. [Текст]: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2012. - 328 с.

29. Пелих А.С. Бизнес - план или как организовать собственный бизнес. - М. [Текст]: Ось-89, 2014. - 96 с.

30. Петров П.В. Экономика и организация товарного обращения: Учебник. - М. [Текст]: ИНФРА-М, 2011. - 244с.

31. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. - М. [Текст]: ИНФРА - М, 2014. – 248с.

32. Попов В.М., Кураков Л.П., Ляпунов С.И., Мингазов Х.Х. "Бизнес-план: отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация". М. [Текст]: Финансы и статистика, 2014. - 112 с.

33. Пожидаева Т.А. Анализ финансовой отчетности[Текст]/ Т.А. Пожидаева – М.: КНОРУС, 2013. – 320 с.

34. Почкутов М.П. Оценка реальной ликвидности активов предприятия [Текст]/ М.П. Почкутов - Финансовый менеджмент, 2011. – №4.

35. Пятов М.Л., Анализ платежеспособности организации [Электронный ресурс]/М.Л.Пятов-<http://www/buh.ru/document-643>, 2014г.

36. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]/ Г.В. Савицкая - М: ИНФРА-М, 2013 – 336 с.

37. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. - М. [Текст]: Юрист, 2013. - 659 с.

38. Сосненко Л.С. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. – М.[Текст]: Кнорус, 2011. – 346с.

39. Справочник предпринимателя: розничная торговля, оптовая торговля, грузовой транспорт, общественное питание и гостиничное хозяйство. - М. [Текст]: Наука, 2014 - 592 с.

40. Строков В.А. Коммерческая деятельность товаропроизводителя. - М. [Текст]: ХОРС, 2012. - 214с.

41. Табурчак П.П. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие для вузов. – М.[Текст]: Химиздат, – 2013. - 288с.

42. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: Учебник / Под общ. ред. Л.А. Брагина, Т.П. Данько. - М. [Текст]: ИНФРА-М, 2014. - 560с.

43. Труханович Л.В., Щур Д.Л. Проверка торгового предприятия. - М.[Текст]: Дело и сервис, 2012. – 255 с.

44. Финансы, денежное обращение и кредит [Текст]: Учебник. — 2-е изд., пере раб. и доп. / В. К. Сенчагов, А. И. Архипов и др.; Под ред. В. К. Сенчагова, А. И. Архипова. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011.— 720 с.

45. Чечевицина Л. Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст]:/ Л. Н. Чечевицина. Изд.2-е, - Феникс, 2010 - 384 с.

46. Фащевский В.Н. Об анализе оборотных средств // Бухгалтерский учет.[Текст] - 2013. - № 2. - С. 80-81.

47. Федько В.П., Федько Н.Г. Основы маркетинга - Ростов н/Д[Текст]: Феникс, 2014. – 480 с.

48. Хорин А.Н. Как заполнять бухгалтерский баланс // Главбух.[Текст] - 2014. - №4.

49. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебное пособие / Под общ. ред. Соломатина А.Н. - М. [Текст]: ИНФРА-М, 2015. - 295 с.

50. Юркова Т.И., Юрков С.В. Экономика предприятия [Текст]/ Т.И. Юркова - М.: ИНФРА-М, 2011 – 119с.