

## **Содержание:**

# **Введение**

Стремительное развитие рыночных отношений в нашей стране приводит к необходимости повышения ответственности и самостоятельности хозяйствующих субъектов в разработке и принятии управленческих решений. Их эффективность в значительной мере зависит от объективной, своевременной и всесторонней оценки финансового состояния в целом и деловой активности в частности. Экономическая наука до конца XX века не уделяла достаточно внимания рассмотрению деловой активности предприятий как особой категории социально-экономических отношений. При этом, деловая и рыночная активность в ходе эволюции человечества и мирового хозяйства претерпела ряд существенных качественных изменений и играла решающую роль в его прогрессе.

Практическая реализация процедур принятия конструктивных управленческих решений в условиях нестабильной экономики базируется на результатах анализа деловой активности субъекта хозяйствования.

Анализ последних исследований и публикаций. Сущность и оценка деловой и рыночной активности субъектов хозяйствования является предметом исследования многих зарубежных и отечественных ученых-экономистов. Среди них: Д.А. Аакер, Э.Дж. Долан, Даниловских А.А. , Конвисарова Е.В., Некрасов С.О. , Кузьмичева И.А., К.Д. Кэмпбел, Е. Ф. Бриггем, Л.А. Беренштейн, А.Д. Шеремет, В.В. Ковалев, Г.В. Савицкая, Г.С. Сайфулин, Л.А. Лахтионова, И.А. Бланк, Г.Г. Кирейцев, Ю. Цал-Цалко и др.

Актуальность работы определяется тем, что деловая и рыночная активность коммерческой организации проявляется в динамичности ее развития, достижении ею поставленных целей, что отражают натуральные и стоимостные показатели, в эффективном использовании экономического потенциала, расширении рынков сбыта своей продукции.

**Целью работы** является проведение исследование вопросов анализа деловой и рыночной активности организации. В соответствии с данной целью нами были поставлены следующие задачи:

- 1) определить теоретические основы анализа деловой и рыночной активности организации;
- 2) выявить источники аналитической информации для оценки деловой активности организации;
- 3) провести анализ показателей качественной и количественной оценки деловой активности.
- 4) дать характеристику деловой и рыночной активности компании (на примере ОАО СХП «Авангард»).
- 5) разработать рекомендации к повышению деловой и рыночной активности ОАО СХП «Авангард».

**Объектом исследования** в работе выступает деловая активность, **предметом исследования** – показатели деловой и рыночной активности предприятия.

Работа состоит из введения, основной части, заключения и списка литературы.

## **Глава 1. Теоретические основы анализа деловой и рыночной активности**

### **1.1. Сущность деловой активности предприятия**

Деятельность любого субъекта хозяйствования является источником внимания различных участников рыночных отношений, прежде всего, собственников, кредиторов, инвесторов, налоговых служб, и даже непосредственных конкурентов.

В условиях дефицита ресурсов, сложившихся в нашей стране, проблемы эффективного распределения и использования ресурсов предприятий выходят на одно из первых мест. Основным инструментом для оценки эффективности использования ресурсов предприятия в условиях нестабильной экономики является анализ деловой активности субъекта хозяйствования, с помощью которого можно объективно определить результативность финансовой деятельности предприятия и перспективы его развития. Таким образом, деловая активность является действенным механизмом, что уменьшает вероятность наступления неблагоприятных событий в условиях кризиса и конкуренции.

Термин «деловая активность» начал использоваться в отечественной учетно-аналитической литературе сравнительно недавно - в связи с внедрением широко известных в различных странах мира методик анализа финансовой отчетности на основе системы аналитических коэффициентов. Безусловно, трактовка данного термина может быть различной. В широком смысле деловая активность означает весь спектр усилий, направленных на продвижение фирмы на рынках продукции, труда, капитала. В контексте анализа финансово-хозяйственной деятельности этот термин понимается в более узком смысле - как текущая производственная и коммерческая деятельность предприятия; в этом случае словосочетание «деловая активность» представляет собой, возможно, не вполне удачный перевод англоязычного термина «business activity», как раз и характеризующего соответствующую группу коэффициентов из системы показателей.

По экономическому содержанию деловую активность предприятий можно рассматривать как в широком, так и узком значении. В широком смысле она означает весь спектр усилий предприятия, направленных на продвижение на рынках продукции, труда, капитала [7, с. 110].

В более узком смысле, то есть при анализе финансово-хозяйственной деятельности, деловая активность предприятия означает его производственную и коммерческую деятельность.

Деловая активность является комплексной и динамичной характеристикой предпринимательской деятельности и эффективности использования ресурсов. Уровни деловой активности конкретного предприятия отражают фазы его жизненного цикла (зарождение, развитие, подъем, спад, кризис, депрессия) и показывают степень адаптации к быстро меняющимся рыночным условиям, а также качество управления.

Основополагающее влияние на деловую активность хозяйствующих субъектов оказывают макроэкономические факторы, под воздействием которых может формироваться либо благоприятный предпринимательский климат, стимулирующий активное поведение предприятия, либо, наоборот, предпосылки к свертыванию деловой активности. Достаточно значимы также факторы внутреннего характера, в принципе подконтрольные руководству предприятия: совершенствование договорной работы, улучшения образования в области менеджмента, бизнеса и планирования, расширение возможностей получения информации в области маркетинга и т. п.

Проведение анализа теоретических аспектов деловой активности целесообразным с учетом имеющихся подходов к определению этого понятия (рисунок 1).

Проанализировав приведенные подходы к определению понятия деловой активности предприятия, можно сделать вывод, что взгляды очень разные и нет единой характеристики этого термина. Каждый автор старается выделить какие-то наиболее важные, по его мнению, особенности, нюансы, что есть на фоне других более значимыми.

Но нельзя акцентировать внимание только на узком или широком определении деловой активности. Опыт проработанных научных источников наталкивает на необходимость усовершенствования и уточнения существующих понятий деловой активности [1; 11].

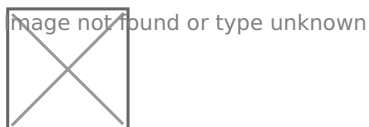


Рисунок 1 – Определения, характеризующие сущность деловой активности предприятия

Выполненный анализ позволил определить, что деловая активность – это комплексная характеристика деятельности предприятия, которая содержит в себе оценку степени напряженности и выполнения плана по всем видам показателей деятельности; совокупность усилий, направленных на рост прибыльности предприятия и его инвестиционной привлекательности, поиск возможных резервов повышения эффективности производства, анализ эффективности использования трудовых, нематериальных и финансовых ресурсов, стремление к лидерству на рынке.

## **1.2. Понятие рыночной активности предприятия**

Понятие «рыночная активность» и «деловая активность» широко используются в учебной и научной литературе направлении экономического, финансового и инвестиционного анализа как объект анализа и исследования. В некоторых работах эти понятия употребляются как синонимы [1, 2; 4, 5], в других [3: 6; 7, 8] как взаимодополняющие понятия: деловая активность рассматривается в составе рыночной.

Достаточно содержательное освещение сущности рыночной активности предложенное Кузнецовой И.М., характеризующая рыночную активность как выбор оптимальной стратегии и тактики предприятия в использование прибыли, его аккумуляции и наращивании капитала за счет активизации своей деятельности на внутреннем и внешнем рынках с целью завоевания устойчивых рыночных позиций путем повышения качества продукции и производства конкурентоспособных изделий [9]. Автор подчеркивает, что критерием успешности рыночной активности предприятия является прочная позиция на рынке и высокий уровень конкурентоспособности.

Зарубежные источники не различают понятий «деловая активность» и «рыночная активность», а используют единый термин "business activity". Для оценки последней применяют многочисленные инструменты и модели, наиболее популярные из которых приведены выше.

Мы разделяем мнение А.М. Турило о том, что «Рыночная активность предприятия - это экономическая категория, которая характеризует экономическую деятельность предприятия, действует и оценивается с позиции его взаимодействия с внешней средой и проявляется через изменение интенсивности такого вида деятельности во времени». [8]. То есть рыночная активность отражает степень интенсивности и эффективности деятельности предприятия на различных видах рынков, где этот субъект функционирует.

По нашему мнению, рыночная активность предприятия характеризуется успешностью, эффективностью и интенсивностью его деятельности на различных рынках. В результате удачной рыночной активности предприятия, оно обеспечивается надежными и стабильными доходами для владельцев и наращиванием стоимости чистых активов, а также устойчивую позицию на рынке и значительный потенциал для ее роста в будущем.

Как отмечает Н.Н. Якуба Рыночная активность предприятия характеризует предприятие на рынке и его имидж для потребителей и конкурентов [6].

Анализ, оценка и мониторинг рыночной активности имеет чрезвычайно актуальное значение для предприятий реального сектора экономики, особенно для предприятий корпоративного типа, поскольку эти предприятия по сравнению с другими организационно-правовыми формами, имеют потенциальную возможность осуществлять свою деятельность не на одном, а на нескольких рынках и тем самым диверсифицировать свои доходы и прибыли. Кроме того, оценка и анализ

деятельности предприятия с точки зрения рыночной активности позволяет:

оценить степень эффективности деятельности на каждом сегменте рынка;

разработать ключевые аналитические показатели для оценки эффективности деятельности на различных рынках;

установить центры ответственности за деятельность на соответствующем сегменте;

быстро адаптироваться к изменениям в регулировании соответствующего рынка;

оценить степень охвата каждого вида и сегмента рынка;

выбрать стратегию и тактику деятельности на рынке в соответствии с его специфики.

Поскольку рыночная активность предприятия довольно широким и емким понятием, для повышения достоверности и объективности ее оценки, необходимо провести классификацию рыночной активности и разграничить отдельные ее формы. По нашему мнению, классификацию рыночной активности предприятия можно проводить по следующим классификационным признакам:

1) По типу рынков, на которых работает предприятие;

2) По виду деятельности, осуществляемой на каждом из рынков.

Относительно первой классификационного признака, то отметим, что экономическая теория предлагает многокритериальную классификацию различных видов рынков. Исходя из целей нашего исследования, оценить активность предприятия на различных рынках можно исходя из классификации рынков по экономическому назначению объектов купли-продажи [10]. По этому критерию (назначение объектов купли-продажи) рыночная активность предприятия подразделяется на:

1) активность на рынке товаров и услуг;

2) активность на финансовом рынке, в том числе:

активность на рынке капиталов;

активность на рынке денег.

Если сегментировать финансовый рынок с точки зрения объектов купли-продажи, то рыночная активность на финансовом рынке может быть представлен на таких сегментах:

активность на валютном рынке;

активность на кредитном рынке;

активность на рынке ценных бумаг;

активность на рынке финансовых услуг;

3) активность на рынке факторов (ресурсов), в том числе:

рынке природных ресурсов, в т.ч. землепользование;

рынке недвижимости;

рынке труда;

рынке капитала.

4) активность на инновационном рынке (рынке интеллектуальных продуктов, технологий и т.д.).

Следующий классификационный признак рыночной активности предприятия связана с видами деятельности в соответствии с международными стандартами учета и отчетности. Согласно этому критерию, рыночную активность можно разделить на следующие виды:

активность в осуществлении операционной деятельности;

активность в осуществлении инвестиционной деятельности;

активность в осуществлении финансовой деятельности.

Предложенные критерии классификации рыночной активности тесно связаны между собой и взаимодополняют друг друга. Для отдельных категорий предприятий, деятельность которых недостаточно диверсифицированной, даже взаимозаменяемыми. Отражения взаимосвязи между типами рынков и видами деятельности предприятия реального сектора экономики можно отобразить в виде следующей таблицы, составленной в форме матрицы (табл. 1).

Отметим, что перечень форм рыночной активности по каждому виду деятельности и типом рынка является неисчерпаемым и может быть дополнен в зависимости от специфики хозяйственных операций конкретного предприятия.

Расходы на обучение персонала и повышение его квалификации по своей экономической сущности являются инвестициями в наращивание трудового потенциала, интеллектуального капитала, имеет целью повышение производительности труда, рост конкурентоспособности предприятия, инновационной активности и, как результат, рост доходов и рыночной стоимости. Но в соответствии со стандартами учета, эти расходы относятся к операционной деятельности, как и расходы на социальный пакет для персонала.

**Таблица 1. Матрица форм рыночной активности предприятия**

<b>Тип рынка / Вид деятельности</b>	<b>Операционная</b>	<b>Инвестиционная</b>	<b>Финансовая</b>
Рынок товаров и услуг	Приобретение сырья, материалов, комплектующих, товаров продажа готовой продукции транспортировки, коммуникации, заказ и предоставление услуг (юридические, аудиторские, консалтинговые и т.п., социальные услуги для персонала)		



Инновационный рынок	Реализация новых видов продукции и услуг (продуктовых инноваций), приобретение и заказ новых видов товаров и услуг	Приобретение и реализация лицензий, патентов, новых технологий, торговых марок, новейшего программного обеспечения	
Рынок факторов производства	Операционная аренда, основных средств, отбор персонала, обучение персонала	Финансовый лизинг основных средств, концессия, приобретение и реализация основных средств, земельных участков, имущественных комплексов	Привлечение долгосрочных кредитов банков, эмиссия акций, эмиссия облигаций
Финансовый рынок	Валютно обменные операции, страхование, учет векселей, расчеты с помощью документарных аккредитивов, инкассо, факторинговые	Приобретение и реализация финансовых активов (инвестиционных сертификатов), ценных бумаг, корпоративных прав	Привлечение краткосрочных кредитов банков, выплата дивидендов, процентов, выкуп акций

Из приведенной таблицы наглядно видно, что операционная деятельность предприятия может быть представлена на всех выделенных нами видах рынков. Считаем, что чем больше степень диверсификации операционной деятельности, тем более адаптированным является предприятие к изменениям внешней среды. Но в то же время тем больше средств управления и контроля должно быть задействовано.

Инвестиционная деятельность предприятия представлена на финансовом и ресурсном рынках, а также на рынке технологий и инноваций, который мы выделили отдельно, учитывая большое значение инновационного фактора в

успешном функционировании предприятия.

Финансовая деятельность предприятия представлена на рынке капитала как составляющей рынка факторов производства и на других сегментах финансового рынка. По перечню операций она является наименее диверсифицированной. Но эта деятельность имеет чрезвычайно важное значение и оказывает значительное влияние на операционном и инвестиционной деятельности. Во-первых, в направлении обеспечения финансовыми ресурсами, во-вторых, в направлении влияния на конечный результат деятельности предприятия.

## **1.3. Методические подходы к анализу деловой и рыночной активности предприятия**

### **Методики оценки деловой активности предприятия**

С целью позиционирования деловой активности в системе управления и выбора наиболее эффективных моделей и инструментов ее формирования на предприятии, были систематизированы основные подходы к анализу деловой активности предприятия, которые приведены в табл. 2

Так, Ю. Бригхем, А. Д. Шеремет, А. В. Савицкая, А. В. Ефимова видят анализ деловой активности субъектов хозяйствования с помощью показателей оборачиваемости.

Анализ оборачиваемости – неотъемлемая, но не единственная составляющая анализа деловой активности предприятия.

Поэтому более целесообразным считаем подход В Ковалева [8], по мнению которого оценивать деловую активность предприятия необходимо учитывая коэффициент устойчивости экономического роста, проводить оценку динамичности развития рынка. Л. И. Ушвицкий [1] принимает во внимание в своем подходе качественные показатели минуя количественные, что, по нашему мнению, может быть причиной значительных отклонений в расчете деловой активности.

Согласно мнению Г. Холта [12] оценку деловой активности необходимо проводить с помощью показателей эффективности производственной деятельности, при этом автор не рассматривает другие виды деятельности предприятия, которые являются не менее важным аспектом в расчете этого показателя.

Подход Дж. К. Ван Хорна [6] базируется на расчете показателей ликвидности, которые не дают возможности точно оценить деловую активность организации.

**Таблица 2. - Подходы к содержанию системы показателей анализа деловой активности предприятия**

<b>Авторы</b>	<b>Сущность подхода</b>	<b>Основные показатели</b>
А. Д. Шеремет, А. В. Савицкая [11,13]	Отождествляют деловую активность и оборачиваемость активов и обязательств.	Коэффициенты оборачиваемости капитала, рентабельность и оборачиваемость капитала.
Г. Холт [112]	Опирается на показатели эффективности производственной деятельности, которые измеряют прибыльность фирмы и ее способность использовать активы.	Доходность продаж, валовая прибыль, доходность активов, доходность капитала, прибыль на акцию, показатели выплаты дивидендов и покрытия процентов, рентабельность капитала.
А. В. Ефимова [7]	Акцентирует внимание на анализе операционного цикла.	Период операционного цикла, оборота оборотных активов, средний период оборота денежных средств и краткосрочных финансовых вложений.
В. А. Лубков [4]	Предложил показатели анализа деловой активности, учитывающая внутренние и внешние взаимосвязи.	Экономическая добавленная стоимость, коэффициент инвестиционной деловой активности.

В. В. Ковалев [8]	Считает, что деловая активность коммерческой организации проявляется в динамичности ее развития	Оценка степени выполнения планов, норм, нормативов; коэффициент устойчивости экономического роста; оценка динамичности развития фирмы.
Л. И. Ушвицкий [1]	Рассматривает деловую активность через призму качественных показателей.	Положение на рынке; деловая репутация; зависимость компании от крупных поставщиков.
Дж. К. Ван Хорн [6]	Видит методику оценки деловой активности в рассмотрении вопроса о внешнем финансировании.	Показатели ликвидности; удельного веса заемного капитала, рентабельности, обеспеченности процентов по кредитам.
Ю. Бригхем [3]	Деловую активность оценивает коэффициентами качества управления активами, делает упор на сравнение полученных коэффициентов со среднеотраслевыми данными	Оборачиваемость товарно-материальных запасов, средний срок инкассации, оборачиваемость основных средств, оборачиваемость всех активов

Проанализировав взгляды ученых к содержанию системы показателей анализа деловой активности предприятия считаем целесообразным выделить два приоритетных подхода к ее оценке (рисунок 2.1).

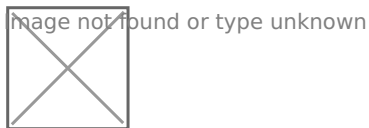


Рисунок 2.1 Схема классификации показателей деловой активности

Таким образом, каждая составляющая показателей деловой активности дополняет характеристику деятельности предприятия. Качественные показатели дают возможность оценить уровень деловой активности предприятия с точки зрения

характеристики степени его адаптации к реальным условиям рынка. Абсолютные количественные показатели деловой активности позволяют выявить сбалансированность развития предприятия, а расчет финансовых коэффициентов характеризуют эффективность использования ресурсов предприятия и дают возможность оценить финансовое состояние предприятия с позиции скорости трансформации авансированного капитала в денежные средства, достаточности производственного потенциала, эффективности использования собственного капитала в условиях сокращения и удорожания заемного капитала.

Применение результатов оценки деловой активности послужит улучшению результативности производственно-хозяйственной деятельности и поможет получить конкурентные преимущества на сегменте рынка хозяйствования. При этом важным является понимание того, что каждое отдельное предприятие требует индивидуального подхода к интеграции и сегментации методик оценивания его деятельности.

### **Качественный анализ деловой активности (Л. И. Ушвицкий)**

Качественные критерии отражают существенные особенности и свойства изучаемых объектов.

К качественным критериям деловой активности относят:

- широту рынков сбыта продукции (внутренних и внешних);
- характеристику внешней и внутренней среды предприятия;
- конкурентоспособность предприятия;
- деловую репутацию предприятия (имидж), выражающуюся, в частности, в известности клиентов, пользующихся услугами данного предприятия;
- наличие постоянных поставщиков и потребителей;
- степень выполнения плана, обеспечение выполнения поставленных задач и темпы роста основных показателей финансово-хозяйственной деятельности;
- уровень эффективности использования ресурсов предприятия и т.п.

Такие неформализованные критерии необходимо сопоставлять с аналогичными параметрами конкурентов, действующих в данной отрасли или сфере бизнеса.

Рассмотрим некоторые из представленных выше критериев более подробно.

Для оценки внешней и внутренней среды предприятия как одной из качественных характеристик деловой активности может быть использована методика SWOT-анализа. Этот анализ применяется и в рамках стратегического управления для определения важнейших направлений перспективного развития предприятия. Своё название он получил по первым буквам английских слов, отражающих его сущность, а именно: S - Strength (сила), W-Weakness (слабость), O-Opportunity (возможность), T -Threat (угроза).

Источниками информации для проведения SWOT-анализа являются: данные о развитии отрасли, специальные издания, периодическая печать, уставные документы, бухгалтерская отчётность, данные внутреннего учёта и другие.

Цель SWOT-анализа заключается в том, чтобы на основе оценки состояния предприятия в настоящее время составить представление о его будущем и получить качественную характеристику деловой активности.

Оценка рыночного положения предприятия невозможна без анализа конкурентоспособности. На рынке потребитель выбирает ту организацию, которая предоставляет продукцию (работы, услуги) необходимого качества по допустимой цене.

Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия разрабатывать, производить и продавать свою продукцию на рынке по цене, обеспечивающей выполнение в полном объёме его финансово-экономических обязательств, а также качественный и количественный рост его потенциала.

Общепринятой методики оценки конкурентоспособности предприятий в настоящее время в России нет. В практической деятельности предприятий наибольшее распространение получили метод балльной оценки и метод анализа экономических показателей конкурентоспособности.

### **Абсолютные показатели деловой активности (Ковалев В.В.)**

Существующая рыночная экономика диктует предприятиям, входящим в неё, использовать различные инструменты для оценки результатов деятельности. «Золотое правило экономики» наиболее полно отражает важное условие, соблюдая которое можно обеспечить расширенное воспроизводство, устойчивое положение на рынке и тем самым положить начало успешному развитию коммерческой

организации. «Золотое правило» показывает насколько важно сопоставлять темпы изменения основных показателей деятельности фирмы, при оценке их динамики и определения уровня деловой активности предприятия. Это отражено в следующем соотношении (1):

$T_{пр} > T_{оп} > T_{ак} > 100 \%$ , (1);

где  $T_{пр}$  - темп изменения прибыли;

$T_{оп}$  - темп изменения объёма продаж продукции;

$T_{ак}$  - темп изменения активов.

Данное соотношение предусматривает, что: - прибыль увеличивается более высокими темпами, чем объём продаж, что может означать оптимизацию производственного плана, минимизацию издержек, а соответственно и сокращение себестоимости; - объём продаж растёт быстрее, чем активы предприятия, что демонстрирует эффективное использование всех ресурсов предприятия.

## **1.4. Анализ рыночной активности предприятия**

Оценку, анализ и мониторинг рыночной активности предприятия и можно проводить как в количественных, так и в качественных параметрах.

Качественный анализ рыночной активности предприятия характеризовать степень интенсивности охвата различных видов рынков и степень активности в использовании соответствующих инструментов каждого типа рынка.

Количественный анализ рыночной активности предприятия должна отражать следующие характеристики:

интенсивность активности на рынке: увеличение объемов продаж, расширение ассортимента продукции, частота обновления ассортимента, технологии, предоставление сопутствующих услуг, активная рекламная кампания и т.п., использование финансовых услуг (учет векселей, факторинг) и т.д.;

результативность этой активности на рынке: рост прибыльности, повышение производительности труда, рост эффективности использования задействованных ресурсов и тому подобное.

В зависимости от стратегии и тактики деятельности предприятия в определенный момент времени преимущество может быть предоставлена как непосредственно активности, несмотря на результативность; так и результативности, даже если ради нее необходимо сузить сферы деятельности на рынках.

Методический аппарат оценки рыночной активности предприятия обычно представлен показателями оценки корпоративных прав, или не выделен как таковой вообще (если авторы отождествляют понятия деловой и рыночной активности). Предложим распределение показателей оценки рыночной активности в соответствии с разработанной классификации.

Так, операционная деятельность предприятия реального сектора экономики осуществляется преимущественно на рынке товаров и услуг. Основными показателями рыночной активности на этом рынке являются:

- 1) показатели деловой активности [12], в которых в учебной литературе принято относить показатели использования оборотных активов и модели экономического роста. Большинство указанных показателей относится к сфере операционной деятельности и отражает функционирования предприятия на рынке товаров и услуг;
- 2) показатели динамики операционных доходов предприятия (эти показатели отражают интенсивность освоения рынка без учета результативности)
- 3) показатели рентабельности предприятия, отражающих эффективность его функционирования на рынке товаров и услуг. Прежде всего это коэффициенты рентабельности продаж, рентабельности продукции.

Операции на финансовом рынке, относящихся к операционной деятельности, имеют обслуживающий характер, и направлены на оптимизацию расчетов между продавцами и покупателями товаров и услуг. Поэтому результаты этой активности проявляются в сокращении сроков расчетов между контрагентами, отражается в показателях ликвидности и платежеспособности, продолжительности финансового цикла, оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности и тому подобное.

Операционная деятельность предприятия на рынке факторов производства отражается в составе операционных доходов и расходов и также может быть оценена по показателям динамики доходов и показателями рентабельности продукции и услуг.



Инвестиционная деятельность осуществляется как на рынке факторов производства (реализация инвестиционных проектов по реальным инвестициям), так и на финансовом рынке (покупка акций и облигаций - фондовый рынок, получение дивидендов - рынок капиталов, размещение депозитов - денежно-кредитный рынок), и на инновационном рынке (реализация инновационных проектов).

Показатели рыночной активности реальных инвестиций можно разделить на две группы:

1) показатели активности инвестиционной деятельности:

динамика основных средств и незавершенных капитальных вложений по первоначальной стоимости;

динамика нематериальных активов по первоначальной стоимости;

динамика денежных потоков от приобретения и реализации основных средств.

2) показатели эффективности инвестиций:

показатели эффективности использования основных средств: фондоотдача, фондоемкость;

показатели оценки отдельных инвестиционных проектов (NPV, IRR, PI и т.д.), а также отдельные показатели рентабельности: рентабельность производства, рентабельность активов, рентабельность инвестированного капитала. Два последних коэффициенты характеризуют эффективность общего инвестирования в предприятие.

Показатели рыночной активности финансовых инвестиций можно разделить на следующие группы:

1) коэффициенты, характеризующие стоимость ценных бумаг [13]: балансовая стоимость одной простой акции в обращении, отношение рыночной и балансовой стоимости одной акции в обращении (коэффициент котировки), коэффициент чистой прибыли на одну простую акцию в обращении, отношение рыночной цены к чистой прибыли на акцию (коэффициент курс / прибыль)

2) коэффициенты, характеризующие ликвидность ценных бумаг [13]: коэффициент ликвидности простых акций в обращении, коэффициент соотношения цен предложения и спроса на простые акции в обращении.

3) коэффициенты, характеризующие эффективность финансовых инвестиций [5]: отношение дивиденда на акцию к ее номинальной стоимости (номинальная или объявленная норма дивиденда), отношение дивиденда на акцию к ее рыночной стоимости фактическая (текущая) норма дивиденда, коэффициент совокупной доходности акций, коэффициент дивидендных выплат, соотношение чистой прибыли и дивидендов по привилегированным акциям (коэффициент покрытия дивидендов по привилегированным акциям, коэффициент соотношения рыночной цены и совокупного дохода одной о стой акции в обращении).

Финансовая деятельность предприятия осуществляется на финансовом рынке и рынке факторов производства. Показателями рыночной активности предприятия на этих рынках являются:

1) показатели активности финансовой деятельности с точки зрения активности на финансовом рынке, в т.ч. на рынке капитала:

динамика удельного веса кредитных ресурсов в составе общего капитала предприятия (возможно разделение на долгосрочные и краткосрочные кредиты)

динамика удельного веса капитала, полученного от эмиссии акций в составе общего капитала предприятия;

динамика удельного веса капитала, полученного от эмиссии облигаций в составе общего капитала предприятия;

динамика дивидендных и процентных выплат.

2) показатели эффективности финансовой деятельности: рентабельность акционерного капитала, коэффициент обеспеченности акционерного капитала чистыми активами, балансовая курс акций, показ- ник эффекта финансового левириджа (связывает эффективность привлечения заемного капитала с эффективностью его использования).

Таким образом, можем сформировать матрицу показателей рыночной активности предприятия (табл. 3).

**Таблица 3. Матрица показателей рыночной активности предприятия**

Тип рынка / Вид деятельности	Операционная	Инвестиционная	Финансовая
------------------------------	--------------	----------------	------------

Рынок товаров и услуг	<p>Показатели оборачиваемости оборотных активов, модели экономического роста, динамика операционных доходов, рентабельность продаж, продукции (в целом и по видам)</p>		
-----------------------	--	--	--

Инновационный рынок	<p>Доля инновационной продукции в объеме продаж, прибыльность инновационной продукции</p>	<p>Показатели активности инновационной деятельности, показатели эффективности инноваций</p>	
---------------------	---	---	--

Рынок факторов производства	Динамика арендных операций, рентабельность услуг, производительность труда, текучесть кадров, постоянство кадров, коэффициент опережения	Динамика внеоборотных активов по видам, фондоотдача, фондоемкость, показатели эффективности инвестиций (NPV, IRR, PI, PBP)	Динамика уставного и добавочного капитала, долгосрочных кредитов, рентабельность акционерного капитала, балансовый курс акций, обеспеченность акционерного капитала чистыми активами
Финансовый рынок	Показатели ликвидности и платежеспособности, продолжительность финансового цикла, оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности	Показатели стоимости ценных бумаг, показатели ликвидности ценных бумаг, рентабельность финансовых инвестиций	Динамика краткосрочных кредитов, эффект финансового левериджа

Считаем, что подобную матрицу можно составлять, используя другую классификацию типов рынка (по территориальному признаку, по группам потребителей и т.п.) в зависимости от специфики деятельности и потребностей предприятия.

## **Глава 2. Опыт анализа деловой и рыночной активности предприятия (на примере ОАО СХП «Авангард»)**

## **2.1. Общая характеристика деятельности ОАО СХП «Авангард»**

ОАО СХП «Авангард» является единственным хозяйством в Минераловодском районе, которое сохранило полную правопреемственность с момента своего основания. Предприятием сохранена основная концепция, которая закладывалась еще советским послевоенным хозяйствованием, согласно которой предприятие являлось градообразующим и опорным для сельского совета.

За более чем сорок лет существования «Авангард» претерпел несколько реорганизаций.

Молочный совхоз «Авангард» был образован 20 июня 1968 года на основании реорганизации крупнейшего совхоза «Минераловодский», который имел несколько десятков тысяч гектар пашни и включал в себя несколько вновь образованных совхозов.

Первого января 1972 года молочный завод был реорганизован в племенной совхоз «Авангард», а шесть лет спустя, 1 января 1978 года, в совхоз «Авангард».

В 1992 году совхоз «Авангард» реорганизовали в Товарищество с Ограниченной ответственностью «Коллективное предприятие «Авангард».

Третьего апреля 2000 года «Коллективное предприятие «Авангард» было преобразовано в Сельскохозяйственный производственный кооператив «Авангард», согласно решению общего собрания и Распоряжения Главы Минераловодской территориальной государственной администрации Ставропольского края.

Следующая реорганизация предприятия произошла уже в 2007 году, когда Сельскохозяйственный производственный кооператив «Авангард» стал именоваться: Открытое акционерное общество Сельскохозяйственное предприятие «Авангард» – на основании решения общего собрания члена кооператива от 30 ноября 2007 года.

Особенностью всех вышеперечисленных реорганизаций является то, что все действия происходили с полной правопреемственностью и эволюционным путем, без негативных влияний на экономику предприятия, и в соответствии с изменениями в действующем законодательстве. И в этом большая заслуга

руководителей хозяйства на протяжении всего периода реорганизации, которые сумели сохранить целостность и устойчивость коллективного предприятия.

ОАО СХП «Авангард» занимается производством сельскохозяйственной продукции: озимая пшеница мягких сортов, маслосемена подсолнечника, зернобобовые (горох), кукуруза на зерно, маслосемена льна, ячмень, овес. В год производится до 25 тыс тонн товарного зерна.

## **2.2. Анализ факторов внешней среды ОАО СХП «Авангард»**

### **2.1 Общее развитие отрасли в Ставропольском крае.**

До 2024 года развитие аграрной отрасли будет проходить в рамках поставленных задач Президента РФ Владимира Путина в майских указах. Основная цифра – мы должны нарастить свой экспорт. Сегодня экспортируется 300 млн долл., а через пять лет необходимо увеличить экспорт до 1 млрд. долл. Нарращивание объемов производства также напрямую зависит от реализации программы орошения в Ставропольском крае. Отдельное спасибо Минсельхозу РФ за активную поддержку в этом направлении. В настоящее время край имеет потенциал орошения - 100 тыс. га. Уже 16 предприятий вошли в эту программу, которая компенсирует до 50% наших затрат. А при реализации крупномасштабных инвестиционных проектов со строительством систем переработки - до 70%. Эта программа позволит увеличить объемы производства в 3 раза на орошаемых землях. Но задачей номер один остается производство мяса и молока.

В своём докладе **«О перспективах развития АПК Ставропольского края в рамках реализации Указа Президента №204»**[\[1\]](#) министр сельского хозяйства Владимир Ситников сделал акцент на итогах работы отрасли в 2018 году, а также подвел черту под выполнением задач «майских» Указов Президента РФ.

В начале выступления он отметил, что «аграрии края в части производственных показателей допустили снижение по производству зерновых, подсолнечника, сахарной свеклы. Это обусловлено, прежде всего, погодными аномалиями весны-лета прошлого года. При этом товарность ставропольского зерна составляет 90%, а дигестия сахарной свеклы значительно выше уровня прошлого года. Что касается молока, то снижение его производства связано с существенным сбросом поголовья КРС в ЛПХ. Но, несмотря на определенный спад в производстве, экономика

отрасли демонстрирует уверенный рост не только в зарплате, но и в инвестиционной активности АПК региона».

Говоря об общей картине инвестиционной активности отрасли, стоит отметить, что за последние 5 лет из привлеченных свыше 49 млрд. рублей на долю только 4-х ТОПовых компаний приходится 40 млрд. рублей инвестиций в основной капитал. Это такие предприятия как Эко-культура, «Агрико», ГАП «Ресурс», ООО «Агро-плюс». Здесь определяющим фактором является уникальный инвестиционный климат, созданный нашим Губернатором. В настоящее время в АПК края в активной стадии реализации находится еще 23 крупных инвестиционных проекта общей стоимостью 47 млрд. рублей. Это проекты по мелиорации, строительству теплиц, закладке питомников и садов, строительству молочно-товарных ферм и птицекомплексов, хранению плодоовощной продукции и переработки, - отметил глава аграрного ведомства.

Стоит отметить, что инвестиционная активность отрасли находит свое отражение в бюджете края. За 5 лет поступления налоговых отчислений и сборов в бюджеты всех уровней увеличились в 1,5 раза. За 2018 год только краевой бюджет получил от АПК в целом около 7 млрд. рублей, с ежегодной положительной динамикой.

Руководствуясь поручениями Губернатора края, в бюджете 2018 года были сосредоточены свыше 1,5 млрд. рублей или 32% средств на поддержку стратегической подотрасли - животноводства. Приоритет, прежде всего, был отдан поддержке племенного скота и развитию семейных животноводческих ферм. Наряду с традиционными направлениями в рамках госпрограммы «Единая субсидия» проходило финансирование мероприятий «майского указа» Президента. Суммарно это около 180 млн. рублей только на 2019 год. В качестве приоритета выступало: мелиорация, поддержка К(Ф)Х и кооперация.

Конкуренция банков на рынке кредитования растет, что положительно отражается на доступности кредитных ресурсов. И если в 2017 году льготных кредитов было предоставлено на сумму 26,5 млрд. рублей, то уже в прошлом году эта цифра составила почти 32 млрд. рублей.

Алгоритм решений ключевых проблем отрасли сегодня заложен в основе 204 Указа Президента Российской Федерации. Губернатором края эти задачи спроецированы на региональный АПК в виде конкретных поручений: создание принципиально новой товарной массы с высокой добавленной стоимостью; увеличение объемов производства экспортно-ориентированной продукции; обеспечение

международной конкурентоспособности; создание системы поддержки фермеров, развитие сельской кооперации.

Если говорить об экспорте, то в крае неплохие стартовые позиции по зерну. Доля края составляет 24% от общероссийского показателя. По мясу птицы прибавили к уровню прошлого года, и сегодня доля ставропольского мяса составляет уже 40% от общероссийского экспорта. Перспективным экспортным товаром видится мясо баранины. За 2018 года доля Ставрополя в данном сегменте рынка выросла существенно и составила 25%. Сегодня край работает исключительно с Ираном, но спрос на баранину есть в Ираке, Израиле, Пакистане, Китае. Вместе с тем, с учетом специфики Ставропольского края, необходима более тонкая настройка экономики отрасли и переход ее на качественно новый уровень развития.

По состоянию на 3-5 июля 2018 года в Ставропольском крае зерновые и зернобобовые культуры обмолочены с площади 2,5 млн га (в 2017 г. – 2,657 млн га), намолочено 9,5 млн тонн зерна (в 2017 г. – 10,2 млн тонн), при урожайности 38,2 ц/га (в 2017 г. – 44,2 ц/га). Убрано около 50 %.

Сильнейшая недельная засуха в начале апреля и засуха в середине мая не могли сказаться на количестве и особенно качестве зерновых культур.

1 июля сильный град с ветром прошлись по Кочубеевскому, Предгорному, Благодарненскому, Новоселицкому, Александровскому районам, Минераловодскому округу, городу Зеленокумску. Пострадали посевы сельхозкультур на площади 18 328 га, с полной гибелью на площади 2 358 га, раскрыв зерно 9 складов.

На территории Кочубеевского района диаметр града доходил до 2 см, повредил посевы ООО «Барсуки», ООО «Агросахар», СПК колхоз-племзавод «Казьминский» и ООО «Балахоновское». В результате воздействия градового процесса на территории Кочубеевского района пострадало с повреждениями от 20 до 70% 10 730 га сельскохозяйственных культур, в том числе 4 700 га озимой пшеницы, 2180 га сахарной свеклы, 1 300 га кукурузы и 1750 га подсолнечника.

На территории ЗАО «Родина» Благодарненского района выбито до 100% озимой пшеницы на площади 342 га.

В ООО «Луч-4» и ООО «Моя мечта» Новоселицкого района раскрыто 7 складов с пшеницей, выбито до 100% 1352 га пшеницы, 70 га подсолнечника, 70 га кориандра и 140 спельты.



В Минераловодском округе повреждения от 20 до 80% получили посевы на площади 4 500 га.

Соответственно общий валовый сбор и качество Ставропольской пшеницы будет гораздо ниже предыдущего года. С одной стороны снижается предложение и вроде бы цена должна значительно вырасти, но из-за снижения качества на сегодня этого не происходит. Так цена на пшеницу 4го, 5го (продовольственного) классов колеблется от 8000 до 9000 руб за тонну. В прошлом году 6500 -7200. Главная проблема аграриев, в том что указанные цены не позволят в полной мере покрыть затраты и получить достойную прибыль, позволяющую развиваться.

Ослабление рубля для агросектора дает резко отрицательный эффект из-за повышения себестоимости продукции, поскольку часть сырья и средств производства имеют импортную валютную составляющую.

Ставрополью угрожает масштабное повреждение посевов Азиатской и Мароккской саранчей. По всей видимости из-за отсутствия или ослабления государственного участия в мероприятиях по уничтожению саранчовых вредителей, на востоке Ставропольского края (Левокумский, Арзгирский, Нефтекумский районы), а также в соседней республике Дагестан значительно возрос урон от налета саранчи, бороться с которой не под силу отдельным хозяйствующим субъектам. В Минераловодском ГО на 13.06.18. на территории выше с. Розовка (пастбища) отродились личинки Мароккской саранчи, площадь заселения около 20 га, проведены истребительские мероприятия, но угроза есть даже в Минераловодском округе. Нужна реальная государственная программа по борьбе с данным вредителем! Этот фактор тоже отрицательно влияет на рынок зерна.

Так как основной сбыт Ставропольской пшеницы направлен за рубеж, то наши аграрии надеются на повышение цен продовольственного зерна, а также на достойные цены государственных интервенций.

В Минераловодском районе сохранилось озимой пшеницы к уборке 40481 га зерновых.

Сравнительный / конфронтационный анализ сильных и слабых сторон компании в сравнении с компаниями-конкурентами был проведен нами с помощью SWOT-анализа (Таблица 4).

Результаты анализа показывают, что одним из главных недостатков работы компании на рынке по сравнению с фирмами-конкурентами является не высокий

уровень развития маркетинговой деятельности по продвижению на рынке своей продукции.

**Таблица 4. - Сравнительный / конфронтационный анализ сильных и слабых сторон своей компании в сравнении с компаниями-конкурентами**

Ранг важности	Потенциальные сильные стороны компании	Компания	Конкурент 1	Потенциальные слабые стороны компании
1	Известный лидер регионального рынка в отрасли	Является	Является	Отсутствие стратегии
2	Высокая квалификация производственного и управленческого персонала	Да	Да	Низкая рентабельность производства
3	Получение экономии от больших объемов и масштабов производства	Не всегда	В большей степени	Да, особенно при продвижении новых препаратов
4	Наличие краткосрочной стратегии развития предприятия	Есть	Есть	Отсутствие достаточного уровня финансирования

5	Большой опыт и хорошее знание местного рынка	Есть	Есть	Отсутствие задела в разработке новых продуктовых линий
<b>Ранг важности</b>	<b>Потенциальные внешние возможности компании</b>			<b>Потенциальные внешние угрозы компании</b>
1	Наличие неудовлетворенного спроса в том или ином сегменте рынка			1 Экономический и финансовый кризис в стране
2	Государственная поддержка отрасли (предприятия)	Отсутствует	Присутствует	2 Появление новых минимальных конкурентов
3	Наличие на рынке труда квалифицированного персонала	Одинаково для всех компаний		3 Возрастание влияния поставщиков на Высокоскоростной и качество продукции

4	Стремление поставщиков (дистрибьюторов) к интеграции	Отсутствует	Присутствует	Присутствует более дешевой продукции	Высокий уровень продаж продаж более дешевой других аналогичной продукции
5	Рост доходов потребителей продукции (экономический рост)	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Сокращение потребностей и минимальный уровень на потребления данную группу товаров

## 2.3. Анализ деловой и рыночной активности ОАО СХП «Авангард»

Приведенный ниже анализ деловой и рыночной активности ОАО СХП «Авангард» выполнен за период с 01.01.2016 по 31.12.2018 г. на основе данных бухгалтерской отчетности организации за 3 года.

Из данных Таблицы 5 видно, что по данным на 31.12.2018 доля текущих активов в активах компании равна одной четвертой, а внеоборотных средств – три четвертых. За весь период активы значительно увеличились (на 82,5%), а собственный капитал увеличился в меньшей степени – на 38,5%. Негативным показателем является отстающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов.

### Таблица 5. - Структура имущества и источники его формирования

Значение показателя

Показатель	в тыс. руб.				в % к валюте бала	
	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	на начало анализируемого периода (31.12.2015)	на начало анализируемого периода (31.12.2015)
1	2	3	4	5	6	7
<b>Актив</b>						
1. Внеоборотные активы	187 625 543	322 277 188	416 305 259	503 103 540	52	76
в том числе:						
основные средства	6 611 426	3 514 657	3 318 907	3 239 256	1,8	0,
нематериальные активы	34 875	63 898	78 152	110 365	<0,1	<
2. Оборотные, всего	173 184 851	191 660 913	207 513 814	155 460 157	48	23
в том числе:						
запасы	4 770 370	4 985 680	76 222	55 162	1,3	<

дебиторская задолженность	128 380 239	147 904 069	175 094 863	89 543 524	35,6	13
------------------------------	-------------	-------------	-------------	------------	------	----

денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	22 765 662	26 708 507	28 436 996	64 898 705	6,3	9,
---	------------	------------	------------	------------	-----	----

## **Пассив**

1. Собственный капитал	236 892 662	263 953 835	296 713 355	328 181 421	65,7	49
---------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	------	----

<i>Справочно: Чистые активы</i>	<i>231 729 255</i>	<i>252 735 675</i>	<i>289 544 237</i>	<i>313 802 383</i>	<i>64,2</i>	<i>47</i>
-------------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	-------------	-----------

2. Долгосрочные обязательства, всего	24 814 976	82 299 198	85 052 888	26 447 495	6,9	4
--	------------	------------	------------	------------	-----	---

в том числе: заемные средства	23 879 241	80 294 812	81 638 236	25 262 487	6,6	3,
-------------------------------------	------------	------------	------------	------------	-----	----

3. Краткосрочные обязательства*, всего	99 102 756	167 685 068	242 052 830	303 934 781	27,5	40
---	------------	-------------	-------------	-------------	------	----

в том числе:

заемные средства 26 440 394 101 780 074 142 615 523 262 166 766 7,3

**Валюта  
баланса**

**360 810 394 513 938 101 623 819 073 658 563 697 100**

По состоянию на 31.12.2018 коэффициент автономии организации равен 0,5, что говорит о высокой степени зависимости от заемного капитала компании.

Значительная зависимость от кредиторов по причине недостатка собственного капитала отражается и в падении за 3 года коэффициента автономии – на 0,16 (Таблица 6).

**Таблица 6. - Основные показатели финансовой устойчивости организации**

Показатель	Значение показателя				Описание	
	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	Изменение показателя и показателя его (гр.5-гр.2)	нормативное значение
1	2	3	4	5	6	7

1. Коэффициент автономии	0,66	0,51	0,48	0,5	-0,16	Отношение собственного капитала к общей сумме капитала. Нормальное значение для данной отрасли: 0,55 и более (оптимальное 0,65-0,9).
2. Коэффициент финансового левериджа	0,52	0,95	1,1	1,01	+0,49	Отношение заемного капитала к собственному. Нормальное значение для данной отрасли: 0,82 и менее (оптимальное 0,11-0,54).
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,28	-0,3	-0,58	-1,13	-1,41	Отношение собственных оборотных средств к оборотным активам. Нормальное значение: не менее 0,1.



4. Индекс постоянного актива	0,79	1,22	1,4	1,53	+0,74	Отношение стоимости внеоборотных активов к величине собственного капитала организации.
5. Коэффициент покрытия инвестиций	0,73	0,67	0,61	0,54	-0,19	Отношение собственного капитала и долгосрочных обязательств к общей сумме капитала. Нормальное значение для данной отрасли: не менее 0,85.
6. Коэффициент маневренности собственного капитала	0,21	-0,22	-0,4	-0,53	-0,74	Отношение собственных оборотных средств к источникам собственных средств. Нормальное значение для данной отрасли: 0,05 и более.

7. Коэффициент мобильности имущества	0,48	0,37	0,33	0,24	-0,24	Отношение оборотных средств к стоимости всего имущества. Характеризует отраслевую специфику организации.
8. Коэффициент мобильности оборотных средств	0,13	0,14	0,14	0,42	+0,29	Отношение наиболее мобильной части оборотных средств (денежных средств и финансовых вложений) к общей стоимости оборотных активов.
9. Коэффициент обеспеченности запасов	10,33	-11,7	-1 568,99	-3 171,06	-3 181,39	Отношение собственных оборотных средств к стоимости запасов. Нормальное значение: 0,5 и более.

10.							Отношение
Коэффициент	0,8	0,67	0,74	0,92	+0,12		краткосрочной
краткосрочной							задолженности
задолженности							к общей сумме
							задолженности.

Коэффициент текущей (общей) ликвидности на 31 декабря 2018 г. не попадает в норму (0,51 против нормативного значения 1,8). За последние 3 года значение коэффициента снизилось на -1,24 (Таблица 7).

Нормативным значением для коэффициента быстрой ликвидности является 1. Его значение оказалось равно 0,51, что говорит о недостатке ликвидных активов (т. е. наличности и других активов, которые можно обратить для погашения краткосрочной кредиторской задолженности в денежные средства).

Значение коэффициента абсолютной ликвидности соответствует норме (0,21), но за последние 3 года снизился на -0.02.

#### Таблица 7. - Расчет коэффициентов ликвидности

Показатель ликвидности	Значение показателя				Изменение показателя	Расчет, рекомендованное значение (гр.5 - гр.2)	Расчет, рекомендованное значение
	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018			
1	2	3	4	5	6	7	
1. Коэффициент текущей (общей) ликвидности	1,75	1,14	0,86	0,51	-1,24		Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам Нормальное значение для данной отрасли 1,8 и более.

2. Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	1,53	1,04	0,84	0,51	-1,02	Отношение ликвидных активов к краткосрочным обязательствам Нормальное значение: 1 и более.
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,23	0,16	0,12	0,21	-0,02	Отношение высоколиквидн активов к краткосрочным обязательствам Нормальное значение: не менее 0,2.

За весь рассматриваемый период годовая выручка уменьшилась на 10% (на 69 053 104 тыс. руб.) и составила 623 979 575 тыс. руб. (Таблица 8).

За период с 01.01.2018 по 31.12.2018 прибыль от продаж оказалась равна 52 137 675 тыс. руб. Финансовый результат от продаж за 3 года снизился на 3 402 323 тыс. руб., (6,1%).

#### **Таблица 8. - Обзор результатов деятельности организации**

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.	Изменение показателя	Средне- годовая величина, тыс. руб.
------------	-----------------------------------	-------------------------	--

2016 г.	2017 г.	2018 г.	тыс. руб. ±% (гр.4 ((4-2) : 2) - гр.2)	
1	2	3	4 5	6 7
1. Выручка	693 032 679 609 821 837 625 905 370 4	693 032 679 609 821 837 625 905 370 4	693 032 679 609 821 837 625 905 370 4	- 642 278 030 10
2. Расходы по обычным видам деятельности	637 492 681 542 873 779 575 845 008 1	637 492 681 542 873 779 575 845 008 1	637 492 681 542 873 779 575 845 008 1	- 584 069 453 10,3
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	55 539 998	66 948 058	52 140 672 3	- 58 208 577 6,1
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	18 553 646	25 815 807	40 627 545 939	+ 23 345 679
5. EBIT (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	74 093 644	92 763 865	92 768 218 273	+ 25 364 256
5а. EBITDA (прибыль до процентов, налогов и амортизации)	206 152 262 274 822 484 304 986 718 6601	206 152 262 274 822 484 304 986 718 6601	206 152 262 274 822 484 304 986 718 6601	+ 25 994 620 3
6. Проценты к уплате	2 378 700	6 308 164	4 520 565 5865	+ 90402 476
7. Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль и прочее	-16 585 184	-21 328 524	-4 537 788 21 122 972	↓ -19 678 893

<b>8. Чистая прибыль (убыток) (5-6+7)</b>	55 129 760	65 127 177	67+191 072 3963	+ 61,982 887
---	------------	------------	-----------------	--------------

**Справочно:**

Совокупный финансовый результат периода	55 130 639	65 135 743	67+222 091 7758	+ 61,996 260
---	------------	------------	-----------------	--------------

Изменение за период нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) по данным бухгалтерского баланса (измен. стр. 1370)

	27 061 176	34 182 386	31x479 461	x x
--	------------	------------	------------	-----

Анализ деловой активности компании показал, что в среднем за весь рассматриваемый период оборачиваемость активов показывает, что компания получает выручку, которая равна сумме всех имеющихся за 316 календарных дней активов. При этом в среднем требуется 2 дня, чтобы расходы организации по обычным видам деятельности составили величину среднегодового остатка материально-производственных запасов.

**Таблица 9. - Анализ деловой активности компании**

Показатель оборачиваемости	Значение в днях	Изменение, Коэфф. 2016 г. - 2018 г. (гр.2)				
		2016 г.	2017 г.	2018 г.		
1	2	3	4	5	6	7

#### Оборачиваемость оборотных средств

(отношение средней величины оборотных активов к  
среднедневной выручке\*; нормальное значение для  
данной отрасли: не более 154 дн.)

96	119	106,83,4	+10
----	-----	----------	-----

#### Оборачиваемость запасов

(отношение средней стоимости запасов к  
среднедневной себестоимости проданных товаров;  
нормальное значение для данной отрасли: 15 и менее  
дн.)

3	2	<1130,704,9	
---	---	-------------	--

#### Оборачиваемость дебиторской задолженности

(отношение средней величины дебиторской  
задолженности к среднедневной выручке;  
нормальное значение для данной отрасли: 68 и менее  
дн.)

73	97	775 4,7	+4
----	----	---------	----

#### Оборачиваемость кредиторской задолженности

(отношение средней величины кредиторской  
задолженности к среднедневной выручке)

36	49	40 10,2,1	+4
----	----	-----------	----

#### Оборачиваемость активов

(отношение средней стоимости активов к  
среднедневной выручке; нормальное значение для  
данной отрасли: не более 490 дн.)

231	340	375,61	+144
-----	-----	--------	------

#### Оборачиваемость собственного капитала

(отношение средней величины собственного  
капитала к среднедневной выручке)

132	168	182,82	+51
-----	-----	--------	-----

Таким образом, анализ деловой и рыночной активности позволяет выделить следующие положительные тенденции развития компании: превышение чистых активов уставного капитала, увеличение чистых активов; рост прибыли; соответствие норме коэффициента абсолютной ликвидности; положительная динамика рентабельности продаж; рост прибыли от финансово-хозяйственной деятельности.

К отрицательным тенденциям нужно отнести отрицательное значение динамики прибыли от продаж; высокая зависимость организации от заемного капитала; не соответствие нормативному значению коэффициента быстрой (промежуточной) ликвидности; отрицательная динамика собственного капитала относительно общего изменения активов организации; наличие низкого значения коэффициента покрытия инвестиций; неустойчивое финансовое положение компании по величине собственных оборотных средств.

## **Глава 3. Рекомендации к повышению деловой и рыночной активности ОАО СХП «Авангард»**

### **3.1. Стратегия повышения деловой и рыночной активности ОАО СХП «Авангард»**

С целью совершенствования стратегического развития ОАО СХП «Авангард» нами были разработаны предложения по созданию программы стратегического развития.

Программа апробации стратегии включает в себя реализацию нескольких последовательных этапов.

**Первый этап – Оценка внутренних проблем и возможностей компании при продвижении на рынок продукции.**

**Таблица 10. - Внутренние проблемы и возможности компании при продвижении продукции**



## Сфера

### деятельности компании

### Характеристика проблемы

### Способы решения

Наличие  
продукции

На складе компании нет необходимого количества продукции, задержки поставок продукции оптовыми компаниям

Контроль менеджера отдела маркетинга за количеством продукции на складе. При недостаточном количестве передача соответствующей информации в отдел логистики

Продвижение  
продукции на  
рынке

В компании не хватает сотрудников, имеющих соответствующие знания, умения и навыки по продвижению на рынке продукции

Компании требует обучение специалистов отдела маркетинга и сбыта (тренинги, семинары).

Рекламная  
кампания

Проведение рекламной кампании требует ее четкого планирования и достаточного финансирования

Составление плана и бюджета рекламной кампании, его соблюдение

Персональные  
продажи  
продукции

Персональные продажи требуют подготовки представителей

Проведение семинаров, тренингов для представителей, тренингов по продажам

Сбыт продукции

Не обеспечивается своевременная доставка продукции

Контроль за сбытом, осуществление, при необходимости, аренды дополнительного транспорта и найма водителей для своевременной доставки.

На первом этапе предполагается проведение и прогноза продаж, который планируется осуществлять в рамках взаимодействия работников компании с медицинскими представителями.

## **Второй этап - определение структуры и особенностей целевого рынка.**

1. Исследование целевого рынка.
2. Поведение потребителей. Для изучения особенностей поведения потребителей на рынке необходимо использовать анкетирование.
3. Определение целевого рынка - маркетинговая политика должна быть ориентирована на широкий рынок потребителей.
4. Определение позиции на рынке.

**Третий этап - изучение емкости сельскохозяйственного рынка.** Анализ показателей реализации продукции и выявление сезонности колебания продаж.

**Четвертый этап - определение товарной политики.** Данный этап предусматривает анализ возможного жизненного цикла товара.

**Пятый этап** - определение ценовой политики при продвижении продукции.

Цели ценообразования - увеличение доли продаж, высокий объем реализации товара.

Определение спроса на сельскохозяйственную продукцию. На товары этой группы на спрос влияет сезонность продаж, а также потребительские предпочтения покупки по оптимальной цене и эффективности.

Оценка издержек, позволяет определить минимальную цену на товар выгодную для компании. Цена должна соответствовать рыночной цене на товары этого сегмента. Использование низкой цены проникновения было признано не эффективной, т.к. слишком дешевые товары, по мнению потребителей, не отличаются высоким качеством.

Определение ценовой политики требует расчета точки безубыточности, основанной на анализе постоянных и переменных затрат и доходов от продажи.

Определение ценовой политики основано на проведении анализ и цен основных конкурентов при этом должны учитываться следующие показатели:

1. Среда конкуренции – цена контролируется государством и регулируется рынком.
2. Метод ценообразования – стратегия конкуренции (установление цены на уровне или чуть выше рыночной для похожих препаратов).
3. Начальная цена – определение цены на продукцию основано на учете нескольких факторов:
  - снижение цен и скидки помогут увеличить продажи;
  - анализ покупательского спроса.
4. Установление окончательной цены – определение цены для розничных и оптовых покупателей; корректировка цены с учетом стадии жизненного цикла товара; определение форм скидки за объем закупаемых товаров и выполнение тех или иных функций по продаже (функциональная скидка), подарки.

#### **Шестой этап - продвижение сельскохозяйственной продукции на рынке.**

Цели продвижения препарата на первом этапе жизненного цикла направлены на стимулирование спроса покупателей.

На этапе выведения товара на рынок основной акцент необходимо сделать на рекламе и пропаганде, работе с торговыми представителями по стимулированию сбыта.

На этапе роста усиливается реклама и пропаганда продукции, на этапе зрелости акцент смещается на стимулирование сбыта и работу с торговыми представителями. На стадии упадка реклама остается напоминающей, а кроме стимулирования сбыта вся деятельность замораживается.

Персональные продажи предполагают обучение представителей компании.

Цель персональных продаж – информирование оптовых покупателей о продукции.

Подходы к организации сбыта продукции:

- проведение учебных торговых семинаров для работников;
- индивидуальные беседы торговых агентов с потенциальными или реальными покупателями.

Контроль за работой представителей – установление норм визитов (по 5 визитов в день); мотивирование: материальное (премии по выполнению плана продаж, бонусы), нематериальные (положительное стимулирование на регулярных еженедельных встречах, создание благоприятного психологического климата в компании).

Оценка эффективности осуществляется на основе бесед с клиентами, еженедельных отчетов, сравнения эффективности работы отдельных сотрудников.

### **Седьмой этап - стимулирование сбыта.**

Сбыт продукции направлен на конечных потребителей и участников товародвижения. В связи с этим стимулирование сбыта компании будет направлено на влияние спроса у конечных потребителей и стимулирование продавцов.

Цели стимулирования сбыта:

- связанные с потребителями: подчеркивание экономичности, качества продукции;
- связанные с участниками каналов сбыта: рост заинтересованности дилеров (подарки, скидки и т.д.); обеспечение распределения продукции.

Определение сроков и бюджета программы стимулирования сбыта.

Корректировка плана в соответствии с остальными элементами продвижения продукции: наличие товара, его доставка, запуск рекламной кампании, работа представителей.

Оценка результатов: уровень продаж, роста или спада продаж, сравнение показателей сбыта продукции до, вовремя и после проведения программы стимулирования сбыта.

#### *Проведение рекламной кампании.*

Рекламная кампания направлена на широкую часть покупателей.

На первом этапе продаж – частое появление в СМИ рекламных роликов и статей в журналах и газетах.

Оценка эффективности рекламной кампании проводится на основе опроса покупателей и изменения уровня продаж после проведения рекламной кампании.

*Паблицити.*

Подготовка статей в журналах.

*Сетевой и прямой маркетинг.*

Сетевой маркетинг подразумевает распространение рекламы в сети Интернет: изготовление страницы о продукции, его характеристиках и свойствах; помещение информации о средстве в базы данных он-лайн.

Организация прямой рассылки (несколько раз до, вовремя реализации программы сбыта) с предложением о поставке оптовым компаниям (электронная рассылка, факс).

### **Восьмой этап - товародвижение.**

Основными двумя каналами распределения продукции является продажа товара через оптовые компании и розничных торговцев.

Управление каналами распределение подразумевает:

- постоянную мотивацию посредников;
- определение ответственного по планированию работы с дистрибьютерами и разработка программы стимулирования сбыта;
- периодическая оценка работы дистрибьютеров по показателям: 1) выполнение сбытовой нормы; 2) время доставки средства покупателю; 3) средний уровень запасов; 4) отношение к пропавшим или поврежденным товарам; 5) принятие участия в программах по продвижению товара.

### **Девятый этап - маркетинговая логистика.**

Обработка заказов: основная цель – сокращение времени с момента оплаты заказа и его доставки. В настоящий момент оплата и выписка счета и выдача продукции производится в разных местах, поэтому требуется объединение этого процесса в одном месте и компьютеризация деятельности склада, на котором хранятся товары.

Хранение продукции – хранение осуществляется на складе компании. Собственным транспортом компании осуществляется доставка продукции.

Объемов запасов продукции на складе – постоянное отслеживание количества продукции на складе, осуществление своевременного заказа новой партии продукции. Оптимизация процесса таким образом, чтобы на складе всегда был определенный запас товара.

Транспортировка – своевременная и быстрая доставка продукции, определение минимальной партии доставки. Привлечение дополнительных перевозчиков, если компании не хватает собственных машин для доставки товара.

### 3.2. Учет рисков стратегии повышения деловой активности компании

Оценивая возможные риски компании при внедрении программы стратегии сбыта, мы провели опрос экспертов. Все данные по возможным рискам были занесены нами в Таблицу 11.

**Таблица 11. - Оценка рисков**

№	Простые риски	Эксперт			Средняя оценка	Приоритет
		1	2	3		
1		2	3	4	5	6,7,8

**Подготовительная стадия (риски на этапе внедрения) 1,91**

Увеличение нагрузки на персонал (возрастание ответственности, появление новых обязанностей) в процессе внедрения или после его завершения 25 200 000 300 17







<b>Промоушн</b>	<b>2 100 000</b>
Продвижение продаж	1680000
Выставки, презентации	420000
<b>Организация управления сбыта</b>	<b>220 000</b>
Коммуникации	110000
Командировки	110000
<b>Обучение персонала и специалистов</b>	<b>210 000</b>
Семинары	70000
Тренинги	140 000
<b>Стимулирование сбыта</b>	<b>6 650 000</b>
Зарплаты	4200000
Программы мотивации персонала	1750000
Премии, подарки, скидки, призы, пробные образцы	700000
<b>Логистические расходы</b>	<b>1 900 000</b>
Транспорт	1700000

Аренда дополнительного транспорта	170000
<b>Производство (упаковка, инструкции)</b>	<b>140 000</b>
<b>Итого</b>	<b>43644000</b>

Полученные данные показывают, что результаты расходов оказались несколько выше (+81 000), чем по данным прогноза, прежде всего, за счет роста расходов на рекламу на телевидении.

### **Расчет окупаемости проекта.**

Окупаемость проекта, мес. = Сумма стартовых вложений / Сумма среднемесячной прибыли

Окупаемость проекта, мес. =  $43\,644\,000 / 7\,291\,666 = 5,9$  месяцев.

Таким образом, предполагаемая окупаемость проекта составляет 5,9 месяцев

### **Расчет прибыльности.**

Расчет проведем по формуле расчета чистой прибыли.

$ЧП = ФП + ВП + ОП - СН$ , где ЧП - чистая прибыль, ФП - финансовая прибыль, ВП - валовая прибыль, ОП - операционная прибыль, СН - сумма налогов.

Чтобы рассчитать каждый из необходимых показателей, понадобится воспользоваться следующими формулами:

$ВП = \text{выручка} - \text{себестоимость продукции} = 368\,900\,000 - 281\,400\,000 = 87\,500\,000$

$ФП = \text{финансовые доходы} - \text{финансовые расходы} = 87\,500\,000 - 43\,644\,000 = 43\,856\,000$

$ОП = \text{операционные доходы} - \text{операционные расходы} = 0 - 120\,000 = -120\,000$ .

$ЧП = 87\,500\,000 + 43\,856\,000 + (-120\,000) - 4795700 = 126\,440\,300$  руб. Таким образом, чистая прибыль компании при реализации программы составит 126 440 300 руб.

## **Прогноз эффективности.**

Прогноз эффективности осуществлялся по формуле:

$ROI(\text{период}) = (\text{Доход за выбранный период} - \text{Себестоимость}) * \text{Количество продукции} / \text{Размер осуществленной инвестиции} * 100\%$ .

$ROI(\text{период}) = (368900000 - 281400000) * 700000 / 43644000 * 100\% = 168,1\%$ .

Из этих данных мы видим, что предполагаемый прогноз эффективности составляет 168,1%.

## **Заключение**

Деятельность любого субъекта хозяйствования является источником внимания различных участников рыночных отношений, прежде всего, собственников, кредиторов, инвесторов, налоговых служб, и даже непосредственных конкурентов.

В условиях дефицита ресурсов, сложившихся в нашей стране, проблемы эффективного распределения и использования ресурсов предприятий выходят на одно из первых мест. Основным инструментом для оценки эффективности использования ресурсов предприятия в условиях нестабильной экономики является анализ деловой активности субъекта хозяйствования, с помощью которого можно объективно определить результативность финансовой деятельности предприятия и перспективы его развития. Таким образом, деловая активность является действенным механизмом, что уменьшает вероятность наступления неблагоприятных событий в условиях кризиса и конкуренции.

По экономическому содержанию деловую активность предприятий можно рассматривать как в широком, так и узком значении. В широком смысле данная экономическая категория характеризует весь спектр усилий предприятия, направленных на продвижение на рынках продукции, труда, капитала [7, с. 110].

В более узком смысле, то есть при анализе финансово-хозяйственной деятельности, деловая активность содействует определению состояния его производственной и коммерческой деятельности.

Проведение анализа теоретических аспектов каждая составляющая показателей деловой активности предприятия дополняет характеристику его деятельности.

Качественные показатели дают возможность оценить уровень деловой активности предприятия с точки зрения характеристики степени его адаптации к реальным условиям рынка. Абсолютные количественные показатели деловой активности позволяют выявить сбалансированность развития предприятия, а расчет финансовых коэффициентов характеризуют эффективность использования ресурсов предприятия и дают возможность оценить финансовое состояние предприятия с позиции скорости трансформации авансированного капитала в денежные средства, достаточности производственного потенциала, эффективности использования собственного капитала в условиях сокращения и удорожания заемного капитала.

Применение результатов оценки деловой и рыночной активности в управлении и принятии финансово-хозяйственных решений послужит улучшению результативности функционирования предприятия и поможет получить конкурентные преимущества на сегменте рынка хозяйствования. При этом важным является понимание того, что каждое отдельное предприятие требует индивидуального подхода к интеграции и сегментации методик оценивания его деятельности.

Анализ деловой и рыночной активности компании был нами осуществлен на примере деятельности ОАО СПХ "Авангард".

SWOT-анализ показал, что компания имеет достаточно эффективную систему управления; одним из главных недостатков работы компании на рынке по сравнению с фирмами-конкурентами является не высокий уровень развития маркетинговой деятельности по продвижению на рынке своей продукции.

К положительным тенденциям развития компании мы отнесли: превышение чистых активов уставного капитала, увеличение чистых активов; рост прибыли; соответствие норме коэффициента абсолютной ликвидности; положительная динамика рентабельности продаж; рост прибыли от финансово-хозяйственной деятельности.

Среди отрицательных тенденций были выявлены следующие: отрицательное значение динамики прибыли от продаж; высокая зависимость организации от заемного капитала; не соответствие нормативному значению коэффициента быстрой (промежуточной) ликвидности; отрицательная динамика собственного капитала относительно общего изменения активов организации; наличие низкого значения коэффициента покрытия инвестиций; неустойчивое финансовое

положение компании по величине собственных оборотных средств.

В основе разработанных нами рекомендаций лежит стратегия, включающая девять этапов.

Цель стратегии - создание и внедрение системы, позволяющая облегчить процесс покупки товаров и улучшение системы продаж сельхозпродукции.

В ходе работы над программой нами была произведена оценка учетов риска, расчет затратности (43 644 000), расчет окупаемости (5,9 мес.), прибыльности (прогноз чистой прибыли 126 440 300 руб.), эффективности (168,1%).

## Список литературы

1. Алексеева, А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. [Электронный ресурс] / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 720 с.
1. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности. Практикум (гриф УМО). /Донцова Л.В., Никифорова Н.А. 5-е изд., перераб. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2015. – 300 с.
2. Анализ финансовой отчетности/ О.В. Ефимова – М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2015. – 528 с.
3. Бланк И.А Финансовый менеджмент: Учебный копрус. -2-е издание, перераб. и доп. -К.: Эльга, Нтка-Центр, 2016. -656 с.
4. Бочаров, В. В. Финансовый анализ : Учеб. пособие / В. В. Бочаров – СПб. : Питер, 2016. – 240 с.
5. Бригхем Ю. А. Финансовый менеджмент : [учеб. пособ.] / Ю. А. Бригхем, Л. С. Гапенски. - М. : Финансы и статистика, 1999. - 429 с.
6. Бригхэм Е.Ф. Финансовый менеджмент: [учебник] / Е.Ф. Бригхэм, М.С. Эрхардт. – С Пб.: Питер, 2015. – 960 с.
7. Булава И. В., Батьковский А. М., Батьковский М. А. и др. Стратегия развития российских предприятий в современный период: теория и методология. -М.: МЭСИ, 2015. -451с.
8. Вахович Дж. М. Основы финансового менеджмента: [учебник] / Джеймс К. Ван Хорн, Джон М. Вахович. – Вильямс, 2016. – 1225 с.

9. Воробьев Ю. Н. Финансовый менеджмент: учебное пособие/Ю. Н. Воробьев. Симферополь: Таврия, 2018. -632с.
10. Гаврилова, А.Н. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие для Вузов / А.Н. Гаврилова, А.А. Попов. – М.: Проспект, КноРус, 2015. – 597 с.
11. Гринькевич А. А. Информационно-аналитическое обеспечение управления деловой активностью предприятий / А. А. Гринькевич, Г. И. Киндрацкая // Экономический анализ. - 2018. - Вып. 6. - С. 215.
12. Даниловских А.А., Конвисарова Е.В. Финансовые аспекты обеспечения информационной безопасности предприятия// Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 4-3. – С. 398-399.
13. Дж. К. Ван Хорн Основы управления финансами / Ван Хорн Дж. К. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 800 с.
14. Джикиева, И. В. Анализ ликвидности и финансовой устойчивости предприятия / И. В. Джикиева // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. - 2016. - № 26. - С. 158-162.
15. Дикушина А. Ю., Павлова Е. В. Использование коэффициентного анализа в качестве основного метода оценки эффективности использования капитала предприятия // Молодой ученый. — 2016. — №20. — С. 297-300.
16. Ефимов О. Н. Экономика предприятия: учебное пособие/Ефимов О. Н.- Электрон, текстовые данные.-Саратов: Вузовское образование, 2016. -732с.
17. Ковалев В. В. Финансы организаций (предприятий) / В. В. Ковалев. - М. : ТК Велби, Проспект, 2006. - 352 с.
18. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / О.И. Аверина, Е.Г. Москалева, Л.А. Челмакина [и др.]. — 2-еизд., перераб. — М. : КНОРУС, 2016. — 430 с.
19. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент: учебное пособие / М.Н. Крейнина. — М. : Дело и Сервис, 2015. — 304 с.
20. Русак Н.А., Русак В.А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования: Справ. Пособие.—Мн.: Выш. Шк., 2015.—309 с.
21. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие. 5-е изд., испр. и доп. М. : ИНФРА-М, 2018. 288 с
22. Сафонова, Н. С. Методические особенности оценки ликвидности и платежеспособности предприятия / Н. С. Сафонова, О. Г. Блажевич, А. П. Бондарь // Бюллетень науки и практика. - 2016. - № 5. - С. 434-440.
23. Селезнева Н.М. Ионова А.Ф. Финансовый анализ: Учеб. пособие.—М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 479 с.

24. Финансовое управление компанией/ Под ред.В.И. Терехина.—М.: Экономика, 2017.—350с.
25. Финансовый менеджмент: Учебник для студентов сред. Проф. Учеб. заведений/ М.И. Берзон, В.И. Горелый, В.Д. Газман и др.; под ред. М.И. Берзона.—М.: Издательский центр “Академия”, 2016.—336 с.
26. Финансы предприятий: Учебник для вузов/ Н.В. Колчина, Г.Б. Поляк, Л.П. Павлова и др. Под ред. Н.В. Колчиной.—2-е изд., перераб. И доп.—М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 447с.
27. Финансы предприятий: Учебник./Н.В. Колчина.—М.: Финансы ЮНИТИ, 2015.—413 с.
28. Финансы предприятия: Учеб. пособие : Под ред. Д.е.н., проф. Г.Г. Кирейцева.—К: ЦУЛ, 2015. - 268с.
29. Финансы предприятия: Учебник/ А. Поддерегин.—4-е вид.—К.:КНЕУ,2015.—571 с.
30. Фомина, Н. Е. Прогнозирование ликвидности в цикле экономического развития промышленного предприятия / Н. Е. Фомина, Е . А. Конников //Экономические науки. - 2015. - № 126. - С. 34-36.
31. Фомичева, Н. С. Об анализе показателей ликвидности предприятия / Н. С. Фомичева, Г. А. Уманец // Экономика и бизнес. Взгляд молодых. - 2016. - № 1. - С. 103-105.
32. Химяк В. Выбор финансовых стратегий деятельности предприятия // Бизнес Информа.—2017.—№5-6.—с.90-92
33. Холт Р. Н. Основы финансового менеджмента / Г. Н. Холт. - М.: Дело, 1993. - 128 с.
34. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. - М.: Москва, 2015.
35. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. М.: ИНФРА-М, 2015.—343 с.
36. Шим Джей К., Сигел Джоэл Т. Финансовый менеджмент/ Перевод с англ. Издание 2-е, стереотипное. - М.: Информационно-издательский дом “ Филинь”, 2015.—400 с.
37. Шморгун Н.П. Финансовый анализ: [учебное пособие] / Шморгун Н.П., Головки И.В. - К.: ЦНЛ, 2015. - 528 с.
  
1. Доклад «**О перспективах развития АПК Ставропольского края в рамках реализации Указа Президента №204**». - Ставрополь: министерство сельского хозяйства Ставропольского края. 2019. [Электронный каталог]/

режим доступа: <http://www.mshsk.ru/ministries/info/news/11015/> [↑](#)