

Keywords: *Chocolate, positioning matrix, knowledge and consumption, market card*

In article results of the analysis of the market of tiled chocolate on the knowledge consumption parameters will be considered by the population of Ulyanovsk. The chart of dependence of experience of purchases of tiled chocolate of various brands from level of consumer awareness is shown, and also the matrix of positioning of brands/producers of tiled chocolate is described.

УДК 631

ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ СПК (КОЛХОЗ) «РОДИНА»

**А.В. Абрамова, студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель – Ю.В. Нуретдинова,
кандидат экономических наук
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная
сельскохозяйственная академия»**

Ключевые слова: *Кредит, кредитоспособность, коэффициенты финансовой устойчивости, показатели рентабельности, факторы*

В данной статье раскрывается оценка кредитоспособности предприятия. С помощью различных коэффициентов рассматривается сущность хозяйства. Исходя из этого, можно сказать о кредитоспособности данного предприятия. Является ли оно более выгодным для коммерческих банков. Можно ли выдавать кредит и при этом не понести риски.

Кредитоспособность клиента (заемщика) – одно из тех новых понятий, которое буквально внесла в нашу жизнь новая экономическая эпоха. Несмотря на это, сегодня, уже можно с уверенностью сказать, что оно заняло в ней свое место крепко и навсегда. Сущность кредитоспособности заключается в потенциальной способности организации не потерять свою текущую платежеспособность после получения кредита и начала целевого использования данных привлеченных средств.

Финансовые коэффициенты позволяют оценить множество аспек-

тов предприятия, но обычно не используются отдельно от финансовых отчетов. Финансовые коэффициенты традиционно являются составной частью анализа финансовой отчетности.

Для того, чтобы произвести анализ финансовой устойчивости необходимо, рассчитать финансовую устойчивость предприятия СПК (колхоз) «Родина».

Таблица 1 - Показатели финансовой устойчивости СПК (колхоз) «Родина»

Показатель финансовой устойчивости	2008г.	2009г.	2010г.	Изменение (+,-)
Коэффициент автономии	0,464	0,478	0,459	-0,005
Коэффициент финансовой маневренности	0,56	0,63	0,50	-0,06
Коэффициент покрытия долгов собственным капиталом	2,61	0,92	0,85	-1,76
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,31	-0,31	-0,40	-0,09
Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности	0,1	0,03	0,03	-0,07

Проведенный анализ финансовой устойчивости показал, что предприятие не совсем финансово устойчиво и зависит от сторонних кредитов. Это видно из-за того, что коэффициент автономии снизился в отчетном году на 0,005п.п. по сравнению с базисным. Риск потери инвестиций вложенных в предприятие и предоставленных ему кредитов немного вырос, так как коэффициент финансовой маневренности уменьшился на 0,06п. п. У предприятия недостаточно собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости. Дебиторская задолженность ниже кредиторской. Это означает, что на 1 рубль кредиторской задолженности приходится 3 копейки дебиторской задолженности.

Таким образом, недостаток и снижение объема собственного капитала стало причиной финансовой неустойчивости предприятия, его зависимости от заемного капитала и невозможности покрыть все обязательства собственными средствами. Все это является одним из факторов некредитоспособности СПК (колхоз) «Родина».

Далее рассмотрим коэффициенты деловой активности, которые позволяют проанализировать, насколько эффективно предприятие использует свои средства. Анализ деловой активности заключается в исследовании уровней и динамики финансовых коэффициентов оборачиваемости.

Таблица 2 - Показатели деловой активности СПК (колхоз) «Родина»

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Изменение (+,-)
Коэффициент общей оборачиваемости капитала	0,58	0,44	0,46	-0,12
Фондоотдача	1,02	0,76	0,72	-0,3
Оборачиваемость оборотных активов	1,4	1,1	1,1	-0,3
Оборачиваемость кредиторской задолженности	2,7	3,1	2,0	-0,7
Оборачиваемость дебиторской задолженности	36,7	94,5	78,8	42,1

Проведенный анализ выявил снижение показателей оборачиваемости (коэффициент общей оборачиваемости капитала, фондоотдача, оборотных активов и кредиторской задолженности). Единственным положительным фактом является увеличение оборачиваемости дебиторской задолженности на 42,1 п.п. в сравнении отчетного года к базисному. Это было вызвано значительным увеличением выручки предприятия.

Одним из главных на сегодняшний день параметров, определяющих успешность развития современного предприятия, является прибыль, которую оно получает от производства товаров или иного вида деятельности. При ее подсчете необходимо учитывать все затраты, доходы, а также потери от выбранного метода хозяйствования. [1, 135-256с.]

За исследуемый период рентабельность предприятия значительно снизилась. Отрицательные значения всех рассчитанных коэффициентов рентабельности, а так же прибыли свидетельствует о нерентабельной (убыточной) деятельности СПК (колхоз) «Родина». Исходя из этого можно сделать вывод о том, что банки не заинтересованы в выдаче кредитов предприятию с отрицательной рентабельностью.

Таблица 3 - Показатели рентабельности СПК (колхоз) «Родина»

Показатели рентабельности	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Изменение (+, -)
Коэффициент рентабельности продаж	0,16	-0,04	0,11	-0,05
Коэффициент рентабельности активов (всего капитала)	0,14	0,02	0,05	-0,09
Коэффициент рентабельности собственного капитала	0,31	0,03	0,12	-0,19
Прибыль	7277	-1824	4912	-2365

Поскольку анализ кредитоспособности СПК (колхоз) «Родина» выявил неплатежеспособность предприятия, неликвидность баланса, недостаток оборотных активов для поддержания текущей ликвидности предприятия, финансовую неустойчивость и высокую зависимость от заемного капитала, а также убыточность основной деятельности предприятия. Таким образом, анализ определил СПК (колхоз) «Родина» как неплатежеспособное и некредитоспособное предприятие.

Основными причинами такого положения предприятия стала плохая работа с дебиторской задолженностью, несвоевременная оплата услуг поставщиков и подрядчиков, недостаток производимых рентабельных видов работ, услуг.

Для улучшения финансового положения предприятия необходимо основные силы предприятия направить на сокращение и эффективное управление дебиторской и кредиторской задолженностью.

Целесообразно установить на предприятии лимит на дебиторскую задолженность, при превышении которого должно прекращаться предоставление услуг дебитору.

Кроме того, необходимо вести систематически проверку платежной дисциплины и деловой репутации дебиторов предприятия и ежедневный мониторинг состояния дебиторской задолженности.

Далее необходимо распределить часть кредиторской задолженности в краткосрочные и долгосрочные займы и кредиты.

Также нужно отметить, что в целях повышения собственной кредитоспособности, предприятие должно заботиться о собственном имидже в деловых кругах, а именно пытаться зарекомендовать себя в качестве надежного партнера, своевременно исполняющего все свои обязательства. Положительная кредитная история, участие в крупных проектах, высокое качество выпускаемых товаров и услуг, высокая квалификация и устойчивость положения руководства, адаптивность к новым методам управления и технологиям, влияние в деловых и финансовых кру-

Позиционирование производителей плиточного шоколада в г. Ульяновске



гах, – все это будет способствовать улучшению имиджа СПК (колхоз) «Родина», а значит и укреплению его кредитоспособности.

Библиографический список:

1. И.А. Бланк «Финансовый менеджмент» - Учебный курс, 656с.

**CREDIT RATING COMPANY FOR EXAMPLE,
SPC (KOLKHOZ) «HOME COUNTRY»**

*A.V. Abramova, a student of the Faculty of economics course 4
Supervisor-u.v. Nuretdinova, Ph.d.*

FGBOU VPO “Ulyanovsk State Agricultrual Academy”

Keywords:Credit, credit worthiness, financial sustainability, indicators of profitability factors

This paper expands credit rating business. Using different coefficients is the essence of development. Proceeding from this, we can say about the creditworthiness of the company. Whether it is more beneficial to the commercial banks.Can I issue a credit and not incur risks.

УДК: 339

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ МАРКЕТИНГА

*А.И. Кривова, студент 3 курса агрономического факультета
Научный руководитель – Т.В. Яшина,
кандидат экономических наук
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная
сельскохозяйственная академия»*

Ключевые слова: маркетинг, интегрированная структура, менеджер, организация.