

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУ-
ДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра финансов и кредита

АВТОРЕФЕРАТ

на выпускную квалификационную работу (магистерскую работу)

по направлению 38.04.01 Экономика

профиль «Финансовое планирование»

студента 2 курса экономического факультета

Солововой Анжелины Алексеевны

**Тема работы: «Использование информационных технологий
в финансовом планировании на производственном предприятии»**

студентки 3 курса экономического факультета

по направлению 38.04.01 Экономика

профиль «Финансовое планирование»

Научный руководитель:

зав. кафедры финансов и кредита,

к.э.н., доцент

_____ О. С. Балаш

Зав. кафедрой финансов и кредита,

к.э.н., доцент

_____ О. С. Балаш

Саратов

2024

Введение

Финансовое планирование является не только учетом и планированием доходов и расходов на предприятии, но и является сложным, многомерным процессом, который требует взвешенного подхода к анализу внутренней структуры организации и внешних рыночных факторов. Финансовое планирование охватывает стратегическое прогнозирование, управление рисками, оптимизацию бюджета и поиск новых путей развития, которые должны быть интегрированы в общую стратегию предприятия. В текущих условиях рыночной нестабильности и быстрых технологических изменений, эффективное финансовое планирование становится критически важным для поддержания конкурентоспособности и обеспечения устойчивого роста организации.

Совершенствование финансового планирования предполагает внедрение инновационных подходов и технологий, которые позволяют преобразовать традиционные операционные процессы. Ключевым элементом современного финансового планирования является способность быстро адаптироваться к изменяющимся условиям, что требует от предприятий гибкости и разработки различных финансовых сценариев для минимизации рисков и использования новых возможностей.

Актуальность данного исследования заключается в том, что финансовое планирование на предприятии позволяет сформировать комплексную стратегию применения информационных технологий, которая направлена на достижение поставленных финансовых целей.

Степень разработанности проблемы. При оценке разработанности темы выпускной квалификационной работе в научной экономической литературе нельзя не отметить, что изучению проблемы совершенствования финансового планирования на предприятии посвящено довольно много работ следующих авторов: С.А. Арустамов, С.Э. Баламетова, А.Л. Булдакова, М.Д. Каратаева, П.А. Левчаев, Е.Б. Маевская, Н.А. Никифорова, Н.А. Толкачева, Я.П. Федоров, В. П. Кузнецова, М.В. Скрипниченко и других.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование финансового планирования предприятия и разработка плана с информационными и маркетинговыми составляющим для работы в условиях нестабильной внешней среды.

Для достижения цели работы были поставлены следующие **задачи** в выпускной квалификационной работе:

- рассмотреть теоретическое понятия финансового планирования на предприятия;
- выявить особенности в финансовом планировании ООО «Пласт-Лидер»;
- найти пути решения проблем ООО «Пласт-Лидер» и предложить пути развития организации в маркетинговом и информационном направлении.

Объектом исследования является система финансового планирования на предприятии.

Предмет исследования – финансово-экономические отношения, которые возникают во время разработки и реализации системы финансового планирования ООО «Пласт-Лидер».

В теоретической основе выпускной квалификационной работы находятся положения, посвященные данным проблемам, они изложены в трудах В. В. Бочарова, В. В. Гамаюнова, В. И. Данилина, Е. В. Коптева, М. В. Мельник, Э. МакЛейни, В. Е. Хруцкого и других российских и зарубежных ученых.

Методологическая основа выпускной квалификационной работы – системный подход, использованы методы сравнения, статистического анализа. Методическая база состоит из метода анализа, обобщения, сравнения.

Для получения информационной базы в этой выпускной квалификационной работе были использованы различные учебные материалы и пособия уже ранее указанных авторов, годовые отчеты ООО «Пласт-Лидер».

Научная новизна: в результате анализа имеющихся в данной работе данных были получены следующие обоснованные положения, которые обладают определенной степенью научной новизны:

1) В ходе исследования финансового планирования получено, что главным движущим звеном является необходимость минимизации рисков. Это требует от предприятий выработки оптимальных стратегий для достижения своих экономических амбиций при существующих ограничениях ресурсов, доступных организации. Кроме того, ключевую роль играет необходимость обеспечения координированной деятельности всех структурных подразделений компании с целью усиления качества менеджмента и повышения общей эффективности функционирования компании.

2) Выявлено, что многие небольшие российские предприятия не уделяют должного внимания маркетингу и своему продвижению в интернете, полагаясь на свой имидж у уже имеющихся за долгие годы поставщиков и продавцов, что замедляет их развитие.

Положения, выносимые на защиту.

1. С учетом динамичного развития технологий и появления новых инновационных финансовых инструментов, модернизация процессов финансового планирования становится необходимой. Предполагается, что интеграция современных технологий в финансовое планирование позволит повысить эффективность управления финансами, улучшить точность прогнозирования, обеспечить более гибкие стратегии инвестирования и обеспечить более высокий уровень финансовой устойчивости и успешности в условиях быстро меняющейся экономической среды.

2. В результате исследования финансового планирования ООО «Пласт-Лидер» были выявлены различные недостатки и проблема, типичная для большинства небольших компаний в России, которая заключается в консервативности организации и ведении бизнеса. Для увеличения числа клиентов необходимо постоянно вести затраты на маркетинг и продвижение своих продуктов.

3. Компаниям любого размера и с любым количеством сотрудников необходим маркетинг, так как он является движущей силой к продажам, особенно когда маркетинг касается организаций, чей конечный продукт попадает к обычным покупателям. Особое значение в современной маркетинговой практике приобретает цифровой маркетинг, который включает использование цифровых каналов и платформ, таких как социальные сети, поисковые системы, электронная почта и мобильные приложения, для взаимодействия с потребителем. Таким образом, маркетинг является неотъемлемым элементом успешной коммерческой деятельности, обеспечивающим организациям возможность адаптироваться к меняющимся условиям рынка, улучшать свои продукты и услуги в соответствии с потребностями клиентов и эффективно управлять своими ресурсами для достижения долгосрочных финансовых и экономических составляющих бизнес-целей.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в том, что положения и полученные выводы могут быть в дальнейшем использованы компаниями, которые хотят включить в свое финансовое планирование маркетинг, не уделяя ему ранее внимания.

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, трех глав, разделенных на параграфы, заключения, списка литературы, приложений.

Основное содержание работы

В первой главе «Теоретическое понятие финансового планирования на предприятии» описаны теоретические основы финансового планирования на предприятии. В ней показана суть процесса как комплексного и стратегического управления финансовыми ресурсами и операциями для достижения долгосрочных целей организации. Описаны различные этапы финансового планирования, включая анализ текущего финансового состояния, установление финансовых целей, их интеграцию с корпоративной стратегией и разработку ком-

плексного финансового плана. Также подробно рассмотрены методы и инструменты, такие как SMART-цели и SWOT-анализ, которые предприятия и организации используют для повышения эффективности финансового управления и оптимизации процессов. В целом, проанализирована сущность финансового планирования на предприятии. Затем рассмотрен сравнительный анализ подходов к оценке эффективности функционирования системы финансового планирования.

Во второй главе «Особенности финансового планирования на предприятии» подробно раскрывается экономико-финансовая деятельность предприятия.

Проведён SWOT-анализ ООО «Пласт-Лидер» (рис. 1).

Таблица 1- SWOT-анализ ООО «Пласт-Лидер»

Сильные стороны	Слабые стороны
1) Специализация на определенной нише 2) Автоматизация производства 3) Использование безопасного пластика	1) Зависимость от поставщиков сырья 2) Возможные экологические ограничения 3) Концентрация на определенной продукции
Угрозы	Возможности
1) Правовые изменения 2) Конкуренция на рынке 3) Изменение предпочтений потребителей	1) Расширение ассортимента 2) Привлечение экологических инноваций

В ходе работы мною был разработан код для визуализации динамики данных о выручке и прибыли за 2019-2023 годы, динамики ключевых финансовых показателей ООО «Пласт-Лидер», динамики коэффициентов ликвидности и оборачиваемости 2019-2023. За период с 2019 по 2022 год наблюдается небольшое снижение стоимости основных средств, что может быть связано с износом или устареванием оборудования, либо с его реализацией. Запасы сначала росли, достигнув пика в 2020 году, а затем снизились к 2022 году. Наблюдается

увеличение нераспределенной прибыли с 2019 по 2022 год. Это может указывать на увеличение прибыли компании или на решение оставить часть прибыли для дальнейших инвестиций или расширения бизнеса.

Рентабельность продаж (ROS) демонстрирует восходящий тренд: после падения в 2020 году до -2,87% ROS росла каждый год. В 2023 году она достигла 11,57%, что является максимальным значением за рассматриваемый период. Это означает, что на каждый рубль выручки компания получает 11,57 копеек чистой прибыли.

В 2021 году ROS составила 1,81%, что значит, что на каждый рубль выручки организация получила 1,81 копейки чистой прибыли. В 2022 году ROS выросла до 3,34%, а в 2023 году достигла 11,57%. Такой рост свидетельствует, что ООО «Пласт-Лидер» нашло пути в более эффективном превращении выручки в прибыль. Это связано с увеличением продаж и оптимизацией ценовой политики.

Рентабельность активов (ROA), как и ROS, показывает восходящий тренд: после падения в 2020 году до -1,11% она росла каждый год. В 2023 году ROA достигла 7,56%, что является максимальным значением за весь рассматриваемый период. Это означает, что на каждый рубль, вложенный в активы компании, приходится 7,56 копеек чистой прибыли.

В 2020 году ООО «Пласт-Лидер» получило убыток от использования активов, так как ROA была отрицательной. Это свидетельствует о проблемах, что организация не смогла эффективно использовать свои активы для генерации прибыли. В 2021 году ROA составила 0,94%. Это значит, что на каждый рубль, вложенный в активы компании, приходится 0,94 копейки чистой прибыли. В 2022 году ROA выросла до 1,62%, а в 2023 году достигла 7,56%.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности показывает, как часто в течение года компания взимает дебиторскую задолженность. Показатель оборачиваемости в 2023 году указывает на умеренную активность взыскания дебиторской задолженности. Несмотря на улучшение по сравнению с

предыдущими годами, следует обратить внимание на управление дебиторской задолженностью.

В третьей главе описано внедрение инновационных процессов в финансовое планирование предприятия, подчеркивая необходимость адаптации к переменной экономической среде. Основное внимание акцентируется на необходимости грамотного маркетинга даже в небольшой организации, включая использование имеющихся интернет-возможностей для ООО «Пласт-Лидер».

Была составлена таблица стоимости разных видов сайтов для ООО «Пласт-Лидер». После общения с руководством было получено решение, что ООО «Пласт-Лидер» готово потратить на реализацию идеи о новом сайте 65 тысяч рублей, а также на последующую SEO-оптимизацию.

Также мной было предложено ООО «Пласт-Лидер» создание групп в социальных сетях про продукцию и взятие в штат маркетолога, так как до этого маркетингом занимались менеджеры, однако их идеи не были успешными. Часть обязанностей по ведению групп должна была лечь на одного из менеджеров при наличии доплаты за дополнительную деятельность, так как такое решение до-полонения обязанностей на уже имеющегося сотрудника более выгодно для бизнеса.

Далее рассмотрим возможные ежемесячные затраты при принятии решения о продвижении ООО «Пласт-Лидер» на интернет-рынке. Таким образом, при подсчете всех затрат, мы выходим на следующие затраты в первый месяц: 210 тысяч рублей. Далее затраты на 6 месяцев составят 860 тысяч рублей. Затраты на год при внедрении маркетинговых новшеств в ООО «Пласт-Лидер» составят 1 миллион 640 тысяч рублей.

Данные затраты дадут ООО «Пласт-Лидер» улучшение имиджа и повышение доверия. Профессионально разработанный корпоративный сайт станет визитной карточкой ООО «Пласт-Лидер» в интернете, создавая первое впечатление о бренде.

Таким образом, можно сделать вывод, что целью выпускной квалификационной работы достигнута. Было исследовано финансовое планирование

предприятия и разработан план с информационными и маркетинговыми составляющим для работы в условиях нестабильной внешней среды.

Отмечу, что при написании кода, который можно увидеть в приложениях, был использован простой язык Python без интеграции библиотеки Pandas, которая позволяет идентифицировать данные из csv-файлов, таблиц excel. В будущем, в случае работы с ООО «Пласт-Лидер» мною будет предложено использование библиотеки Pandas, чтобы проводить изучение полученных данных из социальных сетей, либо каких-либо иных данных, которые надо будет проанализировать, чтобы использовать свежие данные из таблиц для их анализа и формирования определенных выводов. Спасибо за внимание.

В заключении сделаны выводы к работе.