МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Тема: ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СУБЪЕКТА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СФЕРЫ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ НА ЛОКАЛЬНОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ ООО "ПРЕСТИЖ", Г. ЕКАТЕРИНБУРГ)

Институт/ Факультет/Департамент/
Центр дистанционного образования

Направление (Специальность)
Экономика

Профиль/программа Экономика малого и среднего предпринимательства

Кафедра Региональной, муниципальной экономики и управления

Дата защиты: 16 июня 2016 г.

Студент Мокин А.С.
(ФИО)

Группа ЭПп-12Сб

Руководитель Антипин И.А.,
доцент, канд. экон. наук
(ФИО, должность, звание)

Нормоконтролер Денисова О.Ю.
(ФИО, должность, звание)

Оценка:_____

Екатеринбург

2016 г.

Содержание

Введение.....4
1. Теоретические аспекты исследования деятельности субъекта малого предпринимательства сферы бытового обслуживания населения на локальном потребительском рынке.....6
1.1. Малое предпринимательство в сфере бытового обслуживания населения: понятие, сущность, особенности.....6
1.2. Факторы развития малого предпринимательства в сфере бытового обслуживания населения на локальном потребительском рынке.....15
2. Анализ и оценка тенденций развития субъекта малого предпринимательства сферы бытового обслуживания (на примере ООО «Престиж», г. Екатеринбург)..21
2.1. Общая характеристика состояния сферы бытового обслуживания г. Екатеринбурга.....21
2.2. Тенденции и проблемы развития субъекта малого предпринимательства сферы бытового обслуживания населения на локальном рынке ООО «Престиж» 28
3. Перспективы развития субъекта малого предпринимательства сферы бытового обслуживания населения на локальном рынке (на примере ООО «Престиж», г. Екатеринбург)..... 51
3.1. Рекомендации по совершенствованию деятельности ООО «Престиж».....51
3.2.Экономическое обоснование рекомендаций по совершенствованию деятельности ООО «Престиж».....57
Заключение.....59
Список использованных источников.....61
Приложения.....
67

ВВЕДЕНИЕ

Сфера услуг в последнее время в России, что называется, идет вперед семимильными шагами. Все большее число людей предпочитают решать какие-либо бытовые проблемы не своими силами, а обращаться за помощью к специалистам в том значительном сегменте рынка, который называется «бытовое обслуживание населения». Для наиболее полного удовлетворения спроса населения повсеместно открываются прачечные, химчистки, салоны красоты, мастерские по ремонту автомобилей и бытовой техники и другие предприятия бытового обслуживания.

Постоянно возрастающий спрос на бытовые услуги способствует развитию существующих организаций и открытию новых. Формы обслуживания населения могут быть самыми разными, но все они направлены на наиболее полное удовлетворение запросов людей, нуждающихся в обслуживании. Так специально для занятых клиентов, у которых нет времени на посещение предприятий бытового обслуживания (салон красоты, мастерские по ремонту радиоаппаратуры и других) практикуется выезд специалистов на дом. Более того, некоторые виды работ выполняются только на дому клиента (уборка квартиры, мелкий ремонт, чистка штор). Многие эксперты считают, что спрос на бытовое обслуживание населения остается стабильным и из года в год в последнее время увеличивается примерно на тридцать процентов. Это обусловлено, в первую очередь, стремлением людей, имеющих высокий уровень достатка, к улучшению качества жизни и экономии времени на том, что называется «повседневными делами».

Исследованием процессов развития и функционирования локального потребительского рынка с различной степенью детализации занимается ряд дисциплин, в частности, экономическая теория, маркетинг, логистика, экономика торговли, региональная и муниципальная экономика. Рассмотрение различных дисциплинарных подходов и трактовок позволяет более глубоко понять экономическое содержание, сущностные характеристики объекта исследования.

Проведенный нами анализ научных трудов, посвященных проблемам развития и функционирования локального потребительского рынка, показал отсутствие

четкого определения, раскрывающего экономическую сущность объекта данного исследования. Для устранения терминологического пробела обратимся к содержанию таких близких понятий, как «потребительский рынок», «рынок потребительских товаров», «товарный рынок», «региональный рынок» и «региональный потребительский рынок» и др.

Анализ научной литературы показал, что методологической базой изучения процессов формирования и развития региональных рынков для большинства российских ученых служит теория воспроизводства, на основе которой выявляются экономические связи субъектов рынка, анализируется роль хозяйствующих субъектов и воспроизводственные пропорции развития региональных рынков.

Обобщая различные толкования содержания понятия «региональный рынок», можно выделить основные его характеристики, которые будут учтены нами при раскрытии содержания понятий «региональный потребительский рынок» и «локальный потребительский рынок». Большинство ученых соглашаются с тем, что для регионального рынка характерны определенные границы; общие условия самостоятельной экономической деятельности (воспроизводственная основа: производство, распределение, обмен, потребление); общность экономических интересов в рамках границ, что определяет региональные особенности; внутренняя и внешняя открытость.

Объект исследования: субъект малого предпринимательства сферы бытового обслуживания населения – ООО «Престиж», г. Екатеринбург.

Цель выпускной квалификационной работы – провести оценку и разработать рекомендации по совершенствованию деятельности субъекта малого предпринимательства на локальном потребительском рынке.

Степень внедрения – рекомендации и предложения нашли применение в практической деятельности ООО «Престиж».

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СФЕРЫ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ НА ЛОКАЛЬНОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

1.1. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ

Рынок потребительских товаров – организованная система, в которой потребительский спрос на товары/услуги встречается с предложениями производителей. Потребительский рынок – одна из фундаментальных структур национальной экономики. Она создает оптимальные условия для воспроизводства продукции, обеспечивает эффективность товарно-рыночных отношений между экономическими агентами, удовлетворяет потребительский спрос в условиях конкурентной среды. Потребительский рынок – центральная система рыночной экономики, способствующая свободному товарообороту на локальном, региональном и национальном уровнях.

Специфика функционирования потребительского рынка заключена в проведении товарообменных операций между производителями товаров/услуг и потребителями. При этом в системе реализуются группы товаров индивидуального назначения (бытовая техника, продовольствие, одежда, хозяйственная продукция и т.д.).

Структура потребительского рынка образована различными отраслями. В каждой отрасли протекают товарно-денежные операции, а также осуществляется товарооборот.

К основным отраслям относят: рынок продовольственной продукции (в основном – продукты питания, пищевое сырье и т.д.); рынок непродовольственной продукции (включая одежду, культурно-бытовую продукцию, хозтовары и т.д.); рынок услуг с оказанием коммунальных, образовательных, медицинских, транс-

портных услуг и т.д.; рынок жилья с предоставлением домов, квартир, общежитий населению.

На потребительском рынке возникают свободные и динамичные товарно-рыночные отношения. Все процессы, протекающие в данной системе можно условно разделить на товарообменные операции с возникновением товарно-денежных отношений; покупку/продажу продукции и услуг; удовлетворение потребительского спроса; воспроизводство продукции в конкурентной среде.

Фактически потребительский рынок создает условия для движения продукции, в результате которого товары перемещаются из производственного сектора в сферу потребления. Функционирующий рынок подчиняется, так называемым, законам товарного производства, в их числе: закон стоимости, спроса и предложения, а также конкуренции.



Рисунок 1 – Рынок товаров и услуг[1]

Индикаторами эффективности и развитости потребительского рынка выступают следующие условия: обеспечение свободного доступа к рынку любых экономических агентов (производителей/продавцов/потребителей); обеспечение свободного перемещения материально-вещественных, финансовых и трудовых ресурсов; наличие равных условий хозяйствования для всех предпринимателей;

[1] Составлено автором по: [55]

предупреждение монополизации рынка (проведение антимонопольной политики).

Структура рынка потребительских товаров представлена на локальном (местном), региональном и национальном уровнях. На локальном уровне потребительский рынок включает производство товаров/услуг, характерное для города или небольшого района. Региональный уровень охватывает более обширные территории, в которых осуществляются товарообменные операции с куплей/продажей потребительской продукции. От эффективности товарно-рыночных отношений в рамках локального и регионального рынков будет зависеть уровень развития общенационального потребительского рынка.

Специфика рынка потребительских товаров раскрывается через механизм его функционирования. К основным функциям потребительского рынка можно отнести:

реализацию определенной доли совокупного продукта личного пользования;

возмещение расходов на производственные процессы изготовления продукции в результате сбыта товаров;

удовлетворение спроса население с одновременной компенсацией затрат рабочей силы (через предоставление материально-вещественных благ);

стимуляцию экономической деятельности (при наличии баланса между спросом и предложением устанавливается оптимальный механизм реализации доходов населения, растет уровень продаж, повышается товарообмен и т.д.);

регулирование производства, воздействие на ценообразование.

Эффективно функционирующий потребительский рынок автоматически выполняет ряд задач, которые влияют на состояние общенациональной экономики. К таким задачам относят: расширение производства, повышение качества выпускаемой продукции за счет развития конкуренции, преодоление монополизации, расширение спектра выпускаемых товаров для полного удовлетворения спроса населения.

Исходя из этого, рынок потребительских товаров – одна из центральных систем, которая оптимизирует производство продукции и регулирует структуру товаров внутри страны. В результате этого группы товаров соответствуют уровню платежеспособности потребителей и их целевым нуждам.

Оказание бытовых услуг – это популярное направление в сфере малого предпринимательства. Как правило, она включает мелкие услуги по бытовому обслуживанию и ремонту, которые периодически нужны в любой квартире или офисе. Зачастую требуется помощь плотника, сантехника, электрика, уборщика помещений, услуги грузоперевозок, помощь в переезде из квартиры или офиса, мелкий и глубокий ремонт, монтаж оповестительных систем, ремонт персональных компьютеров и многое другое.

Некоторые предприятия предлагают комплексное обслуживание по нескольким направлениям. Такие услуги иногда называют в Москве муж на час, в регионах России (кроме Перми) хоть и не очень развито такое название, но суть от этого не меняется. Проект с этим названием появился в Перми в 2003 году, после чего моментально распространился по всей России.

Сегодня рынок бытовых услуг сталкивается с рядом проблем:

Главная проблема – низкая рентабельность, составляющая в среднем 10-15%. И если необходимо вкладываться в основные средства, к примеру, для клининговых услуг или транспортировки, то срок окупаемости проектов оказывается очень большим. Потому что рыночная цена на бытовые услуги, как правило, невысокая. Чтобы увеличивать доход, нужно открывать новые сервисные центры, диверсифицировать компанию в другие регионы, расширять целевую аудиторию и т.д.

Развитию бизнеса препятствуют административные барьеры: налоговые проверки и особые ревизии.

Распространена нездоровая конкуренция. Мастера могут работать от своего имени, а не от лица компании. Тем самым вырученные деньги они не отдают работодателю, а полностью кладут себе в карман, не платя налогов, коммунальных

и арендных платежей. Таким образом, мастера получают нигде не учитываемый сверхдоход.

Специфический персонал. Например, среди сантехников, электриков, плотников и других рабочих часто встречаются люди с алкогольной зависимостью. Управляющим приходится жестко контролировать своих мастеров, вести специальную антиалкогольную политику. Также неквалифицированный персонал часто конфликтует, грубит и не соблюдает правила.

В России фирмы, занимающиеся оказанием бытовых услуг, встречаются в виде сетевой и сопутствующей формах. Сетевая форма подразумевает создание филиалов, соответственно увеличение количества сегментов рынка, создание новых услуг. Сопутствующая форма – это наличие дополнительной организации, стимулирующей развитие основной (например, продажа и ремонт замков). В России очень распространена сетевая форма, и эксперты прогнозируют развитие рынка бытового обслуживания именно через эту модель.

Спрос на мелкий ремонт квартир и бытовые услуги растет в среднем на 30% в год. Строятся новые квартиры, открываются торговые центры, расширяются компании, увеличивается качество жизни – потребность в обслуживании и ремонте увеличивается. Рынок еще не насыщен. С открытием новых сегментов, спектр услуг также будет увеличиваться. На рынке много доступных трудовых ресурсов, профессии бытового обслуживания всегда актуальны. Банки охотно выдают инвестиционный кредит, так как именно у бизнеса в сфере бытовых услуг есть явные перспективы развития.

В современной мировой экономике наблюдается объективное явление – феноменальное расширение сферы услуг. Кто бывал в странах Западной Европы, тот видел, какое развитие получила там сфера обслуживания.

В США на эту сферу приходится около 80% рабочих мест и около 70% ВВП. По прогнозам Бюро статистики занятости США и дальше будет происходить увеличение числа рабочих мест исключительно за счет сферы обслуживания.

Россия не стоит в стороне от основных тенденций развития экономики. В последние годы в России наблюдается значительное увеличение числа предприя-

тий и физических лиц, работающих в системе сервисных услуг. В эту систему вовлекается незанятая часть населения. И все же этот процесс идет медленно по целому ряду объективных и субъективных причин.

Бытовое обслуживание первым из всего спектра сервисных услуг начало выход из кризисного состояния, в котором оно оказалось, как и вся экономика страны, в начале 90-х годов. Похоже, она имеет тенденцию к выходу и из экономического кризиса 2008 – 2010 гг., постепенно начиная возвращаться к нормальной деятельности. Однако реструктуризация единого социального налога, приведшая к росту платежей в социальные фонды в 2 – 2,5 раза, может резко изменить эту тенденцию.

Некоторый радужный фон пока создает в основном суммарная городская сфера бытовых услуг.

На сегодняшний день сфера бытовых услуг – одна из важных социально-значимых отраслей хозяйства области. Тем не менее, вызывают беспокойство структура бизнеса и его дислокация.

Во-первых, в структуре бизнеса по оказанию бытовых услуг превалируют услуги по ремонту автотранспорта, строительству и ремонту жилых домов (по индивидуальным заказам), парикмахерские услуги. Значительно отстают от этих видов услуги химчистки, прачечных, услуги по ремонту одежды, бытовой техники и электронной аппаратуры. Особенно страдает от этого население глубинки. В области есть немало населенных пунктов, где отсутствуют бани и парикмахерские, где нет комплексных приемных пунктов по оказанию бытовых услуг, где о выездных формах бытового обслуживания давно забыли.

С одной стороны, эти явления вызваны объективными законами рынка, с другой – как быть с культурой быта основной части населения страны? Об этом шла речь на Всероссийском семинаре «Бытовое обслуживание населения: состояние, проблемы, перспективы», которое состоялось в Москве в мае 2015 г.

Понятия «бытовое обслуживание населения» как такового в социальном и экономическом лексиконе нашего времени нет. Оно ушло вместе с отраслью, так как ее разрушение в 90-х годах имело в качестве одной из целей смены одной эко-

номической формации на другую замену заботы государства о состоянии быта народа рыночной системой оказания бытовых услуг. Как нам понятно, «бытовое обслуживание» и «бытовые услуги» - понятия неравнозначные.

Первое понятие означает целенаправленное, регулируемое создание системы удовлетворения потребностей населения в бытовых услугах, второе – создание системы бытовых услуг на условиях рыночной целесообразности. В первом случае объектом внимания является население, ради интересов которого создается система, во втором – предпринимательство как стимул развития системы.

Время показало, что либеральный рынок сам по себе развивается безотносительно к программным установкам. Те меры стимулирования рынка услуг, которые сегодня применяются на федеральном и региональном уровнях власти, не только не способствуют комплексному развитию системы качественных, полноценных, доступных всему населению бытовых услуг, но и приводят к диспропорции его развития, неконкурентоспособности в мировом экономическом пространстве, полной импортозависимости, экономической нестабильности, уязвимости со стороны несовершенного законодательства.

По-прежнему не решаются такие кардинальные вопросы, как обеспечение участников рынка современными отечественными расходными материалами, научными разработками, производительным отечественным оборудованием, современными методиками, нормативами, оптимальными системами качества и т.п.

По-прежнему бизнес в сфере бытовых услуг находится в зоне самых высоких экономических рисков. Если посмотреть на кадровый состав рынка бытовых услуг, ясно просматривается его заполнение кадрами советского прошлого. Это потому, что молодежь не готова начинать бизнес там, где нет технологических параметров, где закон нестабилен, где либо слишком слаба, либо вовсе отсутствует поддержка власти.

Главное для начала бизнеса – это наличие помещения. Сегодня это самый больной вопрос. Если бы политической установкой власти было создание качественной системы бытового обслуживания населения страны, того бы, что случилось с принадлежавшими в доперестроечный период системе БОН зданиями и со-

оружениями, не случилось бы. Куда они уплыли при приватизации – известно всем. Думаю, что в субъектах РФ картина идентичная.

Но вот то, что происходит сейчас, говорит о лукавстве региональных властей и незрячести федеральной власти.

Известный всем ФЗ № 159 «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов РФ или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства…» дает возможность региональным властям интерпретировать его по-своему. Пока этот закон обсуждался в Думе (теперь уже ясно, почему он так долго обсуждался), региональные власти определились в своих интересах. За это время, арендная плата возрастала несколько раз. Многим арендаторам аренда оказалась не под силу, и они становились должниками, становясь теми, кто не попадает под приватизацию. Ряд предпринимателей власти брали на испуг, и они сами закрывали свой бизнес, освобождая помещения. Открытой войне с властью способствовало принятие региональных законов, которые определяют параметры приватизации (от площади приватизируемых помещений до срока рассрочки платежей). За это время попавшие в должники арендаторы выпали из обоймы претендентов.

Сегодня большинство бывших предприятий отрасли приватизированы теми, кто к БОН не имеет никакого отношения, эта практика продолжается и в настоящее время. Конечно, «потеряв голову, по волосам не плачут», но быть может, пора поставить этот вопрос и рассмотреть, насколько эффективно используется бывшее некогда отраслевым имущество? Та часть имущества, которая ранее была материальной основой БОН, а нынче находится в государственной или муниципальной собственности, должна быть направлена на развитие сферы услуг. Особенно внимательно нужно посмотреть на Дома быта. Ведь не секрет, что в сельской местности часто отсутствуют комплексные предприятия бытовых услуг, что не только сказывается на качестве жизни, но и является причиной оттока населения из села.

Несколько слов о субсидировании вновь образующихся предприятий малого бизнеса. Хотелось бы обратить внимание на тот факт, что неразумно тратить деньги на открытие новых предприятий, понуждая уже состоявшиеся предприятия к закрытию. К сожалению, такая система вошла в практику, и статистика показывает, что ежегодно число вновь открываемых предприятий приближается к числу закрываемых. Так стоит ли при такой динамике тратить столько бюджетных средств?

Еще одним больным местом является дополнительный налоговый пресс на предприятия малого бизнеса, вызванный реструктуризацией единого социального налога (ЕСН). Январь 2015 г. уже показал, как тяжело справляться с дополнительной налоговой нагрузкой. На поле бытовых услуг образовалось затишье. Предприниматели ждут, что будет дальше, оживится ли рынок бытовых услуг, и думают, как поступить с работниками предприятий: сократить часть из них или снизить уровень зарплат. Над рынком труда в сфере услуг нависла угроза. Реальным шагом остается повышение цен на услуги. Как это отразится на населении – ясно каждому.

Практика показывает, что Россия не представляет собой исключения из мировых рыночных правил. Жесткая конкурентная борьба диктует свои условия поведения. Одним из них является укрупнение субъектов предпринимательства или объединение их в союзы, партнерства, гильдии, ассоциации и т.п. с целью взаимопомощи и защиты своих интересов.

Объединение производителей продукции и услуг на основе принципа корпоративных интересов всегда было актуально. Подтверждением тому страны Запада. Например, в Германии субъекты ремесленной деятельности объединены в ремесленные палаты. Их 55, они охватывают своей деятельностью все регионы страны. Одна из них – Ремесленная палата г. Мюнстер, расположенная в северно-западной части Германии. Это ведущая организация, в ее составе 22,5 тыс. предприятий, на которых трудится более 160 тысяч человек.

Ремесленные объединения Германии работают на основе принципа самоуправления с 1900 г. и сами решают свои вопросы. Юридический статус таких

объединений подтвержден специальным законом, единогласно принятым бундестагом Германии еще в 1955 году.

Анализируя процессы развития рыночных отношений в России, мы все больше приходим к выводу о необходимости повышения степени их цивилизованности, технологичности и эффективности.

В России в конце 90-х годов производители бытовых услуг, оправившись от шока, вызванного крушением централизованной системы государственного управления, стали объединяться в Ремесленные палаты. В Москве была организована Ремесленная палата России. Следом в ряде областей появились региональные ремесленные палаты. На сегодняшний день в составе Ремесленной палаты России более 60 профессиональных региональных объединений, и их численность продолжает расти.

1.2. ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ НА ЛОКАЛЬНОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Современные экономические условия, сложившиеся после вступления России в ВТО, накладывают для субъектов малого предпринимательства определенные сложности в порядке построения своей предпринимательской деятельности. Комплекс как положительных, так и отрицательных факторов в связи с расширением экономического пространства получил еще больший масштаб, что является существенным сигналом для малого бизнеса в порядке построения предпринимательской деятельности в регионе. В соответствии со сложившимися международным, межрегиональным, территориальным разделением труда основные факторы, влияющие на развитие малого предпринимательства являются существенными для ведения бизнеса и получения прибыли, субъектами малого предпринимательства. Регион, как субъект Российской Федерации имеет определенные специфические экономические условия ведения предпринимательской деятельности для малого бизнеса. По своему географическому, природно-климатическому, ресурсно-

му, положению факторы, связанные с конкретным регионом, в котором ведется предпринимательская деятельность, будут иметь определенные различия. Но в силу ст.8 Конституции РФ в нашей стране гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поэтому многие основные факторы, напрямую влияющие на характер ведения предпринимательской деятельности малым бизнесом, будут одинаковыми. Перейдя к более конкретному описанию факторов, напрямую влияющие на эффективность ведения бизнеса малыми предприятиями и индивидуальными предпринимателями в регионе отразим наиболее существенные из них. По степени влияния факторов на субъекты малого предпринимательства раскроем факторы, которые прямо воздействуют на экономические показатели малого предпринимательства в регионе, а именно:

- поставщики факторов производства;
- конечные потребители товаров, работ и услуг;
- конкуренты;
- органы государственной власти и самоуправления;
- средства массовой информации.

Казалось бы, что перечислен широко всем известный факторный перечень, непосредственно влияющий на ведение предпринимательской деятельности. Но если рассматривать перечисленные факторы более глубоко с точки зрения наименьшей защищенности в сфере конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства, то названные факторы более существенно влияют на них, чем на других участников рыночного оборота. Рассматривая поставщиков факторов производства в настоящий период, когда финансовый и экономический кризис достиг своего апогея, проблема получения факторных доходов в виде прибыли, заработной платы, ссудного процента на капитал и ренты становится более злободневной для собственников названных ресурсов. Поэтому для малого предпринимательства в настоящий момент остро стоят вопросы привлечения инвестиций, предоставления средств производства в лизинг, выплаты достойной заработной платы людским ресурсам, высокой арендной платы за предоставление объектов

недвижимости. Учитывая спрос собственников на факторные доходы, субъектам малого предпринимательства очень сложно конкурировать с крупным бизнесом, что в свою очередь требует организации государственной поддержки в развитии малого и среднего предпринимательства в регионе. Конечные потребители товаров, работ и услуг очень внимательно оценивают качество выпущенной продукции всеми участниками рыночного оборота, поэтому конкурентоспособность рынка товаров, работ и услуг в период расширения экономического торгового пространства после вступления России в ВТО стала для участников товарно-денежных отношений особо важной, а для малого бизнеса особо значимой.

Для получения конкурентоспособной продукции малому бизнесу необходимо проводить масштабные операции по внедрению инноваций в производство своей выпускаемой продукции. Названные операции требуют больших капиталовложений, что подчас представляют для субъектов малого предпринимательства большие, а подчас не «подъемные» издержки. В целях создания благоприятной среды в регионе необходимо проводить региональную инвестиционную политику для субъектов малого предпринимательства с включением мероприятий инновационной поддержки в региональные целевые программы.

Третьим и очень серьёзным фактором, влияющим на экономику малого предпринимательства, являются конкуренты. Не секрет, что в настоящее время региональные рынки подвержены сильной монополизации, что представляет для малого бизнеса существенную угрозу. В свою очередь в регионах не всегда и в полном объеме проводится антимонопольная политика. Причин этому несколько:

- коррупция;

- не отработанные и малоэффективные целевые программы поддержки и развития малого предпринимательства в регионе;

- не эффективная антидемпинговая политика;

- слабая инновационная инфраструктура для поддержки малого бизнеса;

- неэффективная региональная законодательная база.

Органы государственной власти и местного самоуправления наделены полномочиями в законодательном порядке, на проведение в регионе определенной

экономической политики в соответствии со сложившимися экономическими условиями. Инструментами влияния на создание благоприятной среды в регионе для малого предпринимательства является созданная ими законодательная база, а также разработанные ими целевые программы развития и поддержки малого и среднего бизнеса в регионе. От того, насколько жестко проводятся мероприятия по развитию и поддержке малого бизнеса в регионе, зависит в целом судьба каждого индивидуального предпринимателя или организации, поэтому названный фактор является существенным для малого предпринимательства в регионе. В связи с тем, что мы живем в настоящее время в информационном обществе, где информация, а конкретнее её полнота, своевременность имеет существенное значение для экономического оборота, роль средств массовой информации для развития предпринимательских отношений в регионе огромна.

Информационная инфраструктура развития предпринимательских отношений в регионе должна предусматривать потенциальную возможность обеспечения предпринимателям в получении информационной поддержки для развития бизнеса. При этом информационная инфраструктура должна предусматривать:

- информацию о перечне мер социальной поддержки предпринимательства в регионе;

- аналитический обзор состояния регионального рынка, об организациях, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, условиях и о порядке оказания такими организациями поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства;

- о государственном и муниципальном имуществе, которое может быть передано в лизинг субъектам малого бизнеса.

Рассмотрев основные факторы прямого воздействия в регионе на ведение предпринимательской деятельности необходимо обратить внимание и на косвенные факторы. Регион, как подсистема экономической структуры экономики страны имеет свои специфические условия ведения предпринимательской деятельности, а для субъектов малого бизнеса политическая, экономическая, социальная, техническая обстановка в каждом рассматриваемом регионе важна по многим

причинам. Политическая обстановка в стране и в частности в регионе имеет некоторое влияние на построение самого механизма предпринимательской деятельности малого бизнеса. Интересы государственных деятелей на уровне региона и в свою очередь являющиеся представителями партий разного толка косвенно, а в некоторых случаях косвенно отражаются на порядке ведения предпринимательской деятельности малым бизнесом. Не секрет, что развитие экономик многих стран напрямую зависело и зависит от правящих политических партий. В свою очередь, что касается экономической обстановки в стране, то сложившееся экономические условия в настоящий момент, когда экономика всех стран охвачена финансовым и экономическим кризисом, оказывают на малый бизнес в регионе существенное влияние. Многие вопросы построения экономики в субъектах Российской Федерации напрямую зависят от потенциальных возможностей каждого взятого региона в отдельности построить экономическую региональную систему с включением в неё определенных возможностей экономической поддержки малого предпринимательства, а в частности создания для них благоприятной экономической среды.

При построении экономической модели поддержки и развития бизнеса в регионе необходимо предусмотреть все варианты оказания экономической помощи малому бизнесу, в сочетании с правильно построенной бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политикой. Важным фактором, который нельзя не учитывать при оценке развития малого бизнеса в регионе - это социальный фактор. Людские ресурсы как фактор производства, конечные потребители на рынке товаров, работ и услуг и непосредственно сами предприниматели - все это представляет сложную социальную систему, определенный потенциал физического, умственного, духовного развития жителей региона, вследствие которого формируется определенный микроклимат ведения предпринимательской деятельности в регионе. При анализе социальной составляющей необходимо учитывать уровень образования, здоровья, семейное положение, демографическую ситуацию, уровень криминогенной атмосферы в регионе. На региональном уровне недооценивать социальную составляющую, непосредственно участвующую в территориальном,

межрегиональном разделении труда нельзя. Не маловажным моментом в развитии малого предпринимательства является степень вовлеченности в экономические отношения всех жителей региона, при этом необходимо определить их уровень мотивации в занятии предпринимательской деятельностью, выявить негативные моменты, препятствующие включению в предпринимательскую деятельность.

Еще немаловажным фактором в развитии предпринимательских отношений, особенно для малого бизнеса, является степень развития экономики региона в техническом аспекте. Названный фактор получил еще большее влияние в связи с усилением на международном рынке конкуренции после вступления России в ВТО. Как правило, самый незащищенный участник рыночных отношений в вопросе технологического или инновационного развития является малый бизнес. Поэтому необходимо в рамках сложившихся экономических отношений в регионах, в связи с вступлением России в ВТО усилить меры государственной поддержки в сфере технического, инновационного обеспечения предпринимателей в целях создания высокотехнологичной и конкурентоспособной продукции, выпускаемой на внутренний и международный рынок субъектами малого предпринимательства. Для этого необходимо уделить большее внимание в создании организаций, образующих инфраструктуру поддержки малого бизнеса, в том числе технопарков, технико-внедренческих и научно-производственных зон, оказать содействие в патентовании изобретений, полезных моделей, промышленных образцов и селекционных достижений и других продуктов интеллектуальной собственности.

Подводя итог краткому анализу основных региональных факторов развития малого бизнеса необходимо отметить важную деталь в механизме государственной поддержки предпринимательства, что от своевременной государственной поддержки малого бизнеса в целом будет зависеть эффективность механизма развития региональной экономики в целом.

2. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СФЕРЫ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРЕСТИЖ», Г. ЕКАТЕРИНБУРГ)

2.1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОСТОЯНИЯ СФЕРЫ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ Г. ЕКАТЕРИНБУРГА

В настоящее время сфера бытового обслуживания населения города в основном удовлетворяет потребности граждан в услугах. Однако имеются проблемы по территориальной и ценовой доступности услуг, их качества и комфорта при предоставлении.

Объем бытовых услуг, оказанных крупными и средними предприятиями за 2014 год, составил 1 млрд. 300 млн. руб. Рост, по сравнению с отчетным периодом прошлого года, составил 130%.

Наибольшее количество предприятий сферы бытового обслуживания находится в Кировском районе – 808, за 2014 год в нем появилось 82 новые фирмы, далее Ленинский - 795 (+50 новых), Октябрьский - 755 фирм (+31), Верх-Исетский - 750 предприятий (+43), Чкаловский - 721 (+50), Орджоникидзевский - 667 (+23), Железнодорожный - 492 (+43).

По итогам 2014 года общая площадь предприятий сферы обслуживания составляет 551 тыс. 400 кв. м., прирост составил 28 тыс. 200 кв. м.

Чаще всего фирмы открывались на первых этажах жилых зданий и в торговых центрах.

За счет открытия новых предприятий прирост рабочих мест в 2014 году составил 1 681 единицу. За год строители отремонтировали 2 275 предприятий и провели 37 реконструкций. Более 10 тыс. сотрудников сферы обслуживания прошли обучение и переподготовку.

В соответствии с планом технического перевооружения отрасли в 2014 году было внедрено 19 тыс. 200 единиц нового технологического оборудования (обувное, швейные машины, аппараты для диагностики кожи, стиральные машины, компьютеры и другая техника).

За прошедший год предприятия всех форм собственности за свой счет по льготным тарифам обслужили 346 тыс. человек, относящихся к социально незащищенным категориям граждан и ветеранам Великой Отечественной войны. В 2005 году решением программного совета стратегического развития Екатеринбурга был утвержден проект «Новое качество услуг».

Для сравнения, в 2003 году в Екатеринбурге работала 1 тыс. 427 предприятий бытового обслуживания, а в 2010 уже 3 тыс. 939 объектов, в 2013 - 4 тыс. 695 фирм, в 2014 – 4 тыс. 988 предприятий.

Объем бытовых услуг по крупным и средним предприятиям за 2015 год составил 1,5 млн. руб., рост по сравнению с прошлым годом составил 125,0%.

За 2015 год прирост объектов сферы услуг составил 197 предприятий.

По итогам 2015 года сеть предприятий сферы обслуживания населения в городе Екатеринбурге составляет 5185 объектов.

По итогам 2015 года общая площадь предприятий сферы обслуживания составляет 568,3 тыс. кв. м., прирост составил 16,9 тыс. кв. м.

Обеспеченность площадями предприятий сферы обслуживания по итогам 2015 года по городу Екатеринбургу составляет 388,9 кв. м/тыс. жит. по итогам, прирост составил 6,9 кв. м./тыс. жит.

За счет открытия новых предприятий прирост рабочих мест по итогам 2015 г. составил 1445 ед.

В 2015 году было отремонтировано 2044 предприятия, проведено 33 реконструкции.

За 2015 год 10,7 тыс. человек прошли обучение и переподготовку.

В соответствии с планом технического перевооружения отрасли за отчетный период было внедрено 14,1 тыс. ед. нового технологического оборудования.

За отчетный период предприятиями всех форм собственности, за счет собственных средств предприятий, обслужено по льготным тарифам 305,8 тыс. человек, относящихся к социально незащищенным категориям граждан и ветеранов ВОВ, на общую сумму 102,5 млн. руб.

На сегодняшний день в России производством мебели занимаются, по различным оценкам, от 5100 до 5800 предприятий, из которых примерно 500 – крупных и средних. Основная масса производств сосредоточена в Центральном и Приволжском федеральных округах, на долю которых приходится более половины суммарного объема производства по стране.

Рынок можно условно разделить на две основных ниши: бытовая мебель и мебель для общественных зданий. Причем, если в 90-е годы XX века доля последнего была около 15-20%, то к 2014 году она выросла до 40% от общего объема. Также, по данным экспертов, в последние годы наблюдается замедление темпов роста рынка, что, скорее всего, связано с перепроизводством в данном секторе на фоне того, что более 55% мебели в России является импортной. Доступность производственных технологий и некогда высокая рентабельность бизнеса породили перманентный рост количества игроков рынка и ужесточение конкуренции. Тем не менее, фактор падения стоимости рубля по отношению к мировым валютам вносит свою корректировку. В ближайшие годы, по-видимому, следует ожидать значительного снижения доли импорта; а удешевление рубля вполне может привести к росту конкурентоспособности продукции российского производства на внешних рынках.

Однако для внутреннего рынка ситуация едва ли выглядит радужной. Если еще в бескризисном 2012 году основными причинами покупки новой мебели являлись необходимость пополнить обстановку квартиры и необходимость замены мебели, вышедшей из строя (суммарно – 66% ответов респондентов), то

сегодня о пополнении обстановки едва ли кто-то задумывается, а пришедшая в негодность мебель подвергается ремонту.

Эксперты выделяют следующие основные тенденции рынка:

- перспективы дальнейшего роста рынка, даже при снижении темпов роста. В этом прогнозе, однако, не учтены форс-мажорные факторы – резкие колебания курсов валют, структурные изменения в экономике России в связи с внутренними и внешними воздействиями и т.д.;

- сокращение доли теневого бизнеса в отрасли за счет влияния кризисной обстановки на мелкие кустарные предприятия, в том числе за счет высокой кредитной нагрузки;

- снижение доли премиального сегмента в пользу стандартного и бюджетного, сокращение доли импортной продукции;

- Интернет как канал продаж мебели теряет популярность.

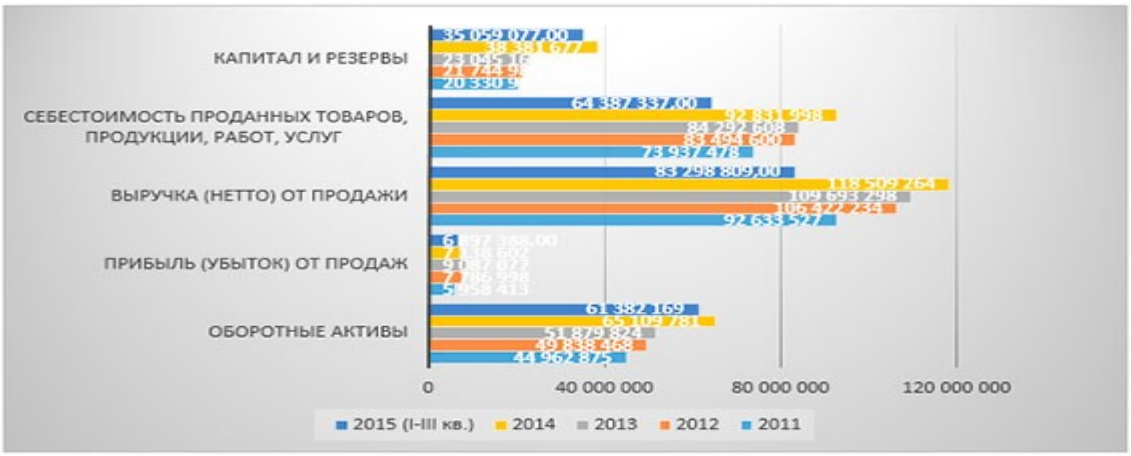

Рисунок 2. Динамика финансовых показателей отрасли (ОКВЭД 36.1) в 2011-2015 (I-III кв.) гг., тыс. руб.[2]

[2] Составлено автором по: [59]

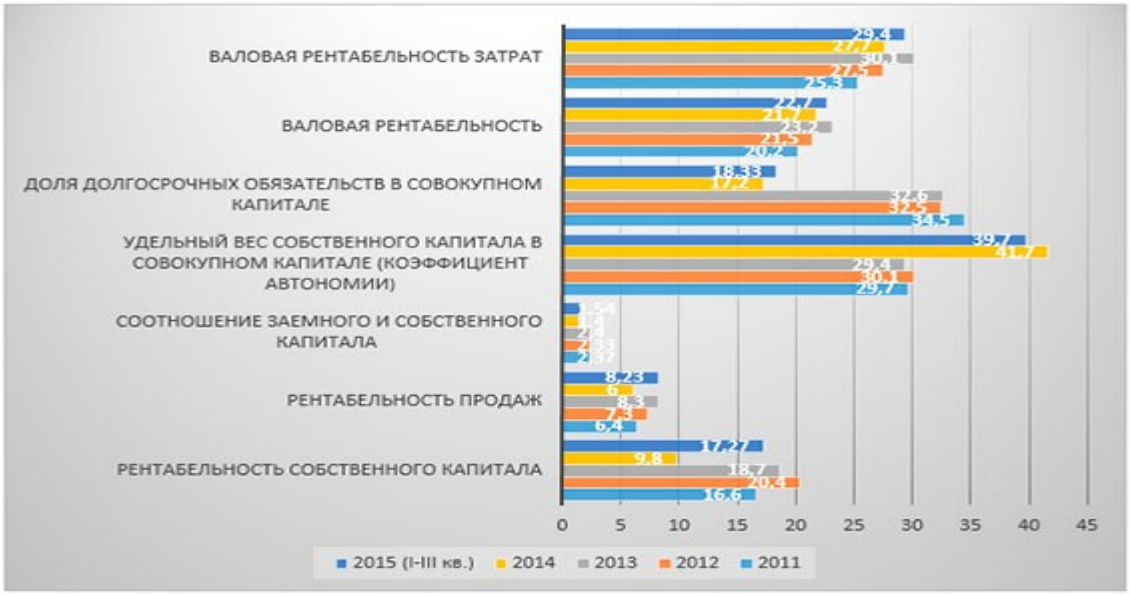

Рисунок 3. Динамика финансовых коэффициентов отрасли (ОКВЭД 36.1) в 2011-2015 (I-III кв.) гг.[3]

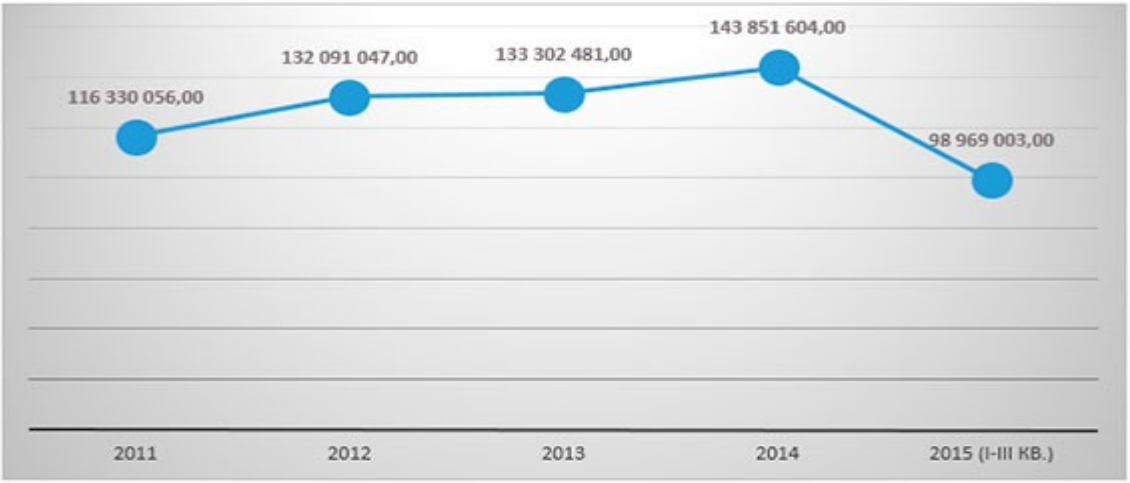

Рисунок 4. Объем производства в отрасли (ОКВЭД 36.1) в 2011-2015 (I-III кв.) гг., тыс. руб.[4]

Согласно данным Росстата, динамика объема производства в отрасли существенно не изменяется от года к году; с 2011 по 2014 год произошел некоторый прирост показателя. По итогам первых трех кварталов 2015 года объем производства составил 69% от результата полного 2014 года в денежном выражении. Выручка находится на том же уровне – 70% в 2015 году от результата 2014 года при уверенном росте в период 2011 – 2014 гг. Прибыль же, после пика в

[3] Составлено автором по: [59]
[4] Составлено автором по: [59]

2013 году, в 2014 году снизилась на 21%; результата по прибыли первых трех кварталов 2015 года – 96,5% от полного 2014 года. Падение прибыли в 2014 году при стабильном росте объемов продаж вызвано увеличением себестоимости и снижением показателей рентабельности – валовой рентабельности, рентабельности продаж, рентабельности затрат и др. Рост себестоимости в значительной степени обоснован введением санкций со стороны Запада, а также колебаниями курсов валют – большая доля комплектующих импортировалась из стран ЕС, а также КНР. Однако, показатели 2015 года превосходят показатели 2014; если за IV квартал 2015 года в экономике страны не произойдет ничего непредвиденного, то можно говорить о некоторой стабилизации финансовых показателей отрасли.

Характерно поведение показателей, отражающих использование заемного капитала. В 2014 году, как видно из диаграммы, существенно вырос коэффициент автономии, снизилось соотношение заемного и собственного капитала – предприниматели отказываются от использования банковских займов по причине высоких кредитных ставок. С другой стороны, и банки подходят более избирательно к выбору кредитуемых организаций.

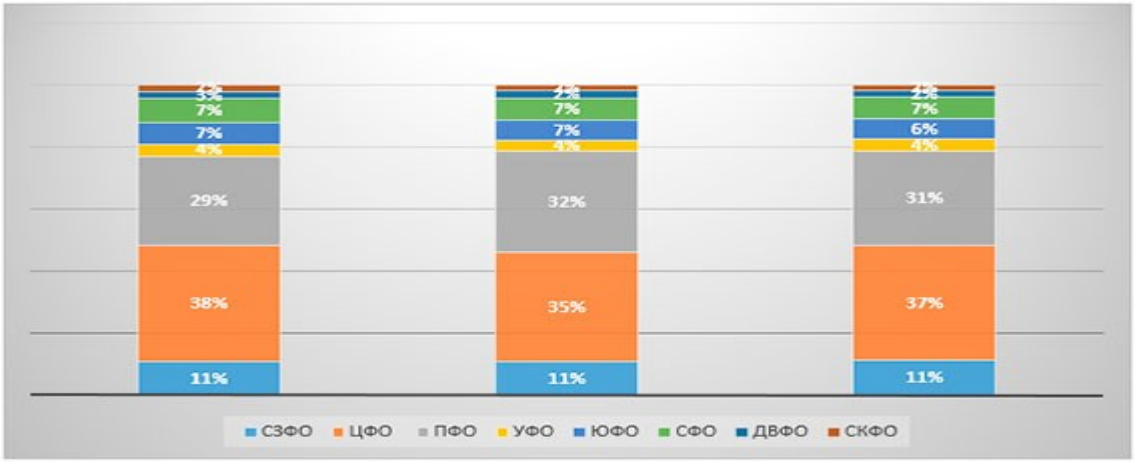

Рисунок 5. Доля регионов РФ в общем объеме производства в денежном выражении в 2011-2015 гг., %[5]

[5] Составлено автором по: [59]

Как было сказано выше, основной объем продукции данной отрасли производится в ЦФО и ПФО – по данным Росстата, на них приходится 67-68% общего объема производства. На третьем месте с большим отставанием находится Южный федеральный округ. Такое распределение сил достигается в первую очередь за счет централизации производств крупных игроков рынка. Структура выручки и прибыли будет выглядеть подобным же образом – объем продаж b2b формируется непосредственно в регионе производства. Дистрибуция готовой продукции происходит с помощью фирменных и мультибрендовых розничных сетей, в основной массе либо не принадлежащих производителю, либо юридически обособленных от производства.

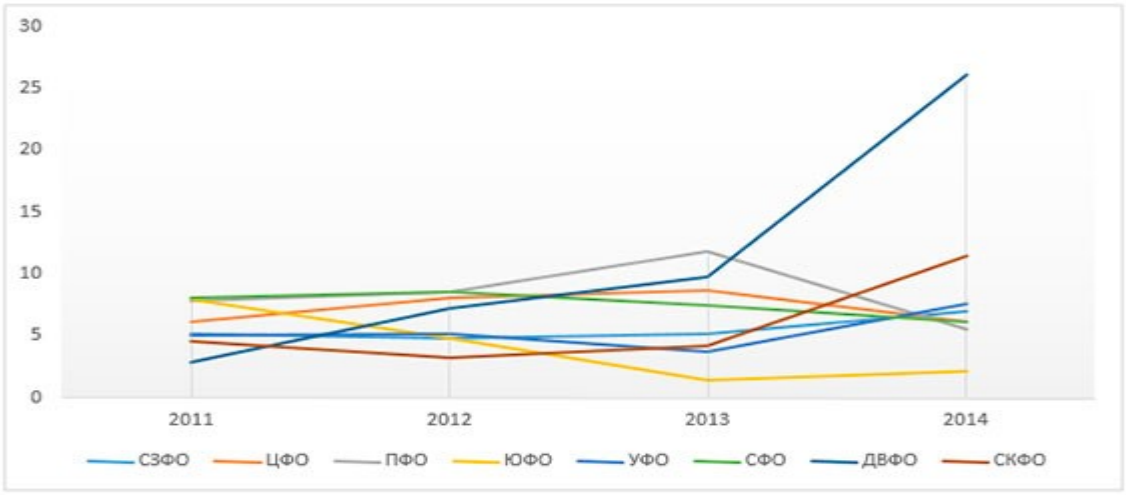

Рисунок 6. Динамика рентабельности продаж отрасли по регионам, 2011-2014 гг., %[6]

[6] Составлено автором по: [59]

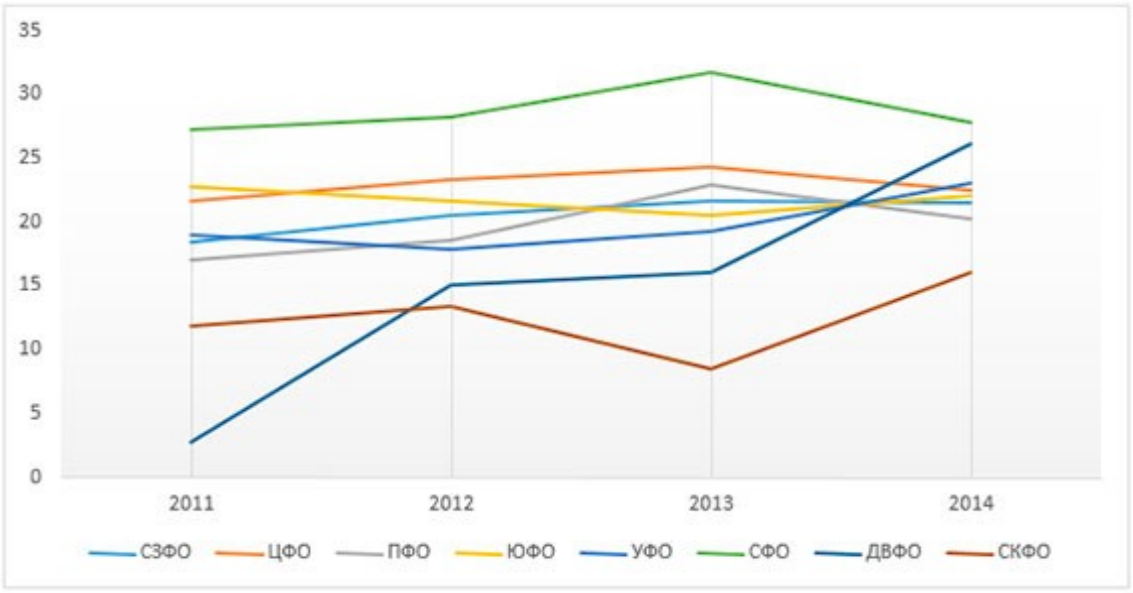

Рисунок 7. Динамика валовой рентабельности отрасли по регионам, 2011-2014 гг., %[7]

Анализ динамики показателей рентабельности по регионам показывает разнонаправленность трендов. Так, например, рентабельность продаж в ДВФО выросла с 2,8% в 2011 году до 26,1% в 2014. Значительный рост показали также УФО и СКФО. Те же самые регионы приросли и по показателю валовой рентабельности. При этом, остальные регионы показали незначительное снижение показателей.

2.2. ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СФЕРЫ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ ООО «ПРЕСТИЖ»

ООО «Престиж» – мебельная компания, которая занимается производством, оптовыми и розничными продажами мягкой мебели для дома и офиса. Предприятие создано в 1992 г.

Отдел продаж компании находится по адресу: Верх-Исетский бульвар, 13

[7] Составлено автором по: [59]

Реквизиты ООО «Престиж»:

Юридический адрес: Екатеринбург, проспект Космонавтов 62-52

Фактический адрес: Екатеринбург, проспект Космонавтов 62-52

ИНН 7816165539; КПП 781601001; р/счет № 40702810318000002072 в ПАО «Банк ВТБ» Екатеринбург; к/счет № 30101810200000000791; БИК 044030791; ОКПО 54225250; ОКОНХ 71100, 71200.

Изначально предприятие имело небольшие производственные площади и малый штат сотрудников, но в настоящий момент компания уже достигла определенной известности, как среди российских мебельных компаний, так и среди региональных дистрибьюторов, осуществляющих продвижение продукции компании. Значительно расширилась география продаж: компания сотрудничает с более чем 50-ю магазинами города и области; кроме того, партнерами компании являются мебельные торговые фирмы по всей России – в Москве, Мурманске, Петрозаводске, Сыктывкаре, Астрахани, Сочи, Тюмени, Сургуте, Южно-Сахалинске, Якутске, Петропавловске-Камчатском и других городах (всего – более 80 фирм – оптовых покупателей, в том числе фирмы – юридические лица, закупающие у ООО «Престиж» мягкую мебель крупными партиями). Это обеспечивает предприятию коммерческий успех.

Объемы выпускаемой продукции постоянно увеличиваются, и в этом большая заслуга высококвалифицированных сотрудников, многие из которых работают в компании с момента ее основания.

Для производства мебели используются высококачественные российские и импортные материалы и комплектующие, а также разнообразные механизмы трансформации.

Компания сотрудничает с крупнейшими поставщиками обивочных тканей: ЛЭЗЕРТАЧ, АМЕТИСТ, ГАЛЕОН, ARBEN, FIT. При изготовлении мебели используется широкий спектр европейских, американских, российских флоков, шениллов, жаккардов, скотчгардов, кожзаменителей. Это высококачественные

сертифицированные материалы, соответствующие текстильной моде, изысканные, практичные, с оригинальными цветовыми сочетаниями.

Ассортимент выпускаемой продукции разнообразен и включает мягкую мебель различных размеров и видов: диваны, диван-кровати, тахты, кресла.

Организационная структура управления рассматриваемого предприятия принадлежит к линейно-функциональному типу. Графическое изображение организационной структуры ООО «Престиж» представлено на рисунке 8.

Организационная структура управления – линейно-функциональная и состоит из линейных подразделений, осуществляющих в организации основную работу (производство, склад, транспортный отдел); специализированных обслуживающих функциональных подразделений (бухгалтерия, отдел маркетинга, отдел продаж).

Линейные звенья принимают решения, а функциональные подразделения информируют и помогают линейному руководителю в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов для принятия конкретных решений. Функциональные службы доводят свои решения до исполнителей либо через высшего руководителя, либо (в пределах специальных полномочий) прямо. Кроме того, функциональные службы готовят варианты решения вопросов, связанных с руководством процессом производства; освобождают линейных руководителей от планирования, финансовых расчетов, материально-технического обеспечения производства.

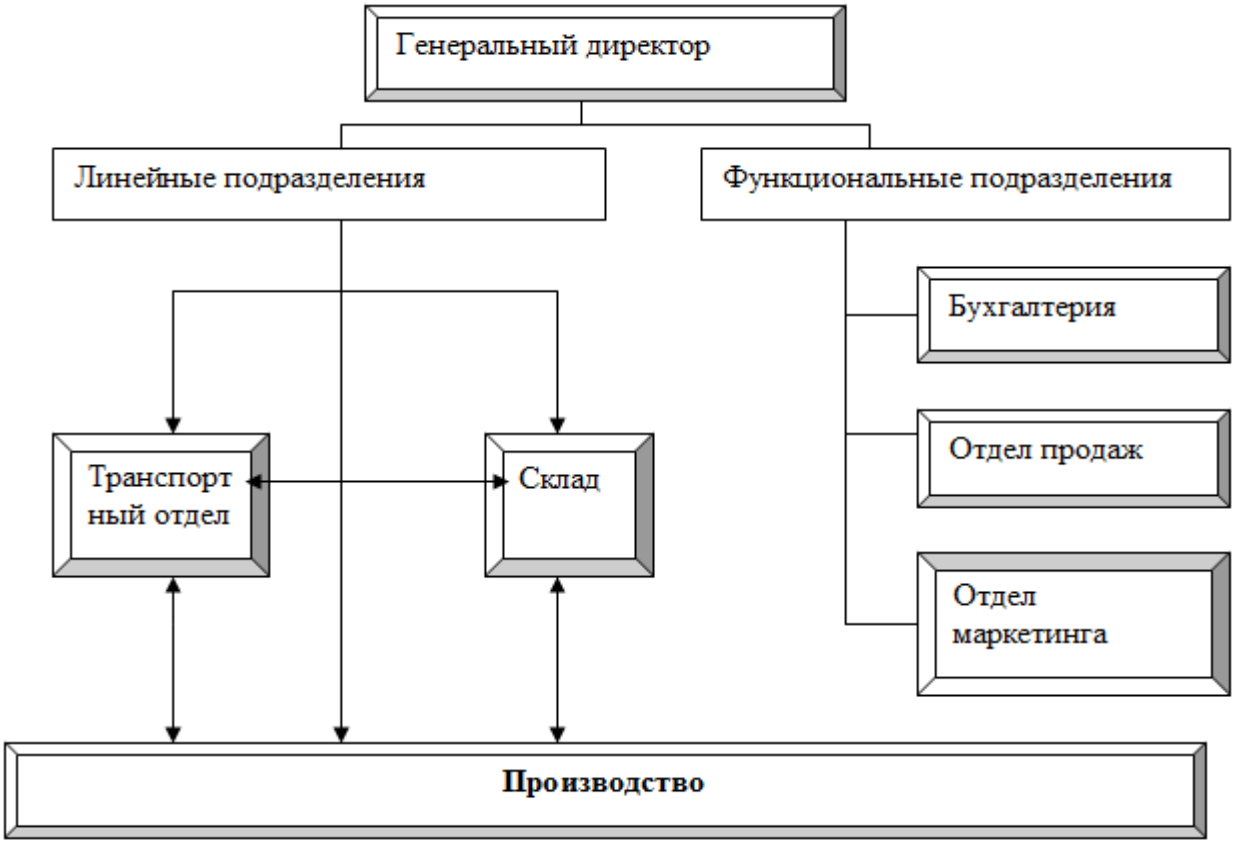

Рис. 8. Организационная структура управления ООО «Престиж»[8]

Общая численность персонала ООО «Престиж» составляет 75 человек.

В таблице 1 представлена динамика основных экономических показателей деятельности предприятия ООО «Престиж за 2013-2015 гг.

Исходя из значений основных экономических показателей таблицы 1, работу предприятия в 2015 г. нельзя назвать успешной, поскольку существуют серьезные проблемы, требующие незамедлительного решения в ближайшем будущем. Так, например, положительной тенденцией является снижение себестоимости в 2015 г. по сравнению с 2014 г. на 263 052 руб. (на 40,5%). Однако главным образом это связано с сокращением объема услуг и как следствие – сокращение материальных и иных затрат, а не с повышением качества услуг.

[8] Составлено автором по: [21]

Таблица 1 - Основные экономические показатели ООО «Престиж»[9]

№	Показатели	2013	2014	2015	Темп прироста, %		
					2014/2013	2015/2014	2015/2013
1	Выручка от реализации	504 735	747 484	452 179	48,1	-39,5	-10,4
2	Себестоимость	444 258	649 132	386 080	46,1	-40,5	-13,1
3	Валовая прибыль (убыток)	60 477	98 352	66 099	62,6	-32,8	9,3
4	Коммерческие расходы	24 082	22 655	10 022	-5,9	-55,8	-58,4
5	Управленческие расходы	0	57 436	51 949	100	-9,6	100
6	Чистая прибыль	24 953	4 317	150	-82,7	-96,5	-99,4
7	Среднегодовая стоимость активов	59 622	172 113	318 457	188,7	85,0	434,1
8	Рентабельность продаж, %	7,2	2,4	0,9	-66,7	-62,5	-87,5
9	Рентабельность услуг, %	13,6	15,2	17,1	11,8	12,5	25,7
10	Рентабельность предприятия, %	41,9	2,5	0,05	-94	-98	-99,9

Выручка предприятия за тот же период снизилась на 295 305 тыс. руб. (на 39,5%), в результате чего произошло снижение валовой прибыли на 32,8%. Сокращение выручки можно объяснить значительным снижением объема предоставляемых услуг в связи с падением покупательской способности населения и снижением уровня деловой активности предприятия в кризисный период.

Наиболее отрицательным моментом явилось значительное сокращение чистой прибыли (за анализируемый период на 99,4 %.), что, прежде всего, вызвано сокращением объема продаж в 2015 г.

[9] Составлено автором по: [21]

Кроме того, резкое снижение данного показателя связано с воздействием на ООО «Престиж кризисных факторов, поскольку в течение первого полугодия 2015 г. значительная часть денежных средств предприятия была направлена на удержание клиентов и сохранение штата.

Возникновение управленческих расходов в 2014 г. связано с появлением у предприятия арендованного офисного помещения, а также с его содержанием (приобретение офисной мебели и техники, связь, коммунальные и арендные платежи и т.п.).

Среднегодовая стоимость активов за анализируемый период увеличилась на 258 835 тыс. руб. (434,1%), однако такой рост произошел, прежде всего, вследствие увеличения запасов и дебиторской задолженности.

Снижение общей рентабельности предприятия произошло за счет уменьшения чистой прибыли на 99,4%, что свидетельствует о неэффективной деятельности предприятия и неспособности его активов порождать прибыль.

Однако стоит отметить рост показателя рентабельности услуг в течение анализируемого периода. В 2014 г. прирост данного показателя на 12,5% произошел за счет увеличения объема продаж, а в 2015 г. – снижения себестоимости.

В таблице 2 представлена структура баланса ООО «Престиж.

За анализируемый период валюта баланса ООО «Престиж увеличилась на 421,4% и в 2015 году составила 278 374 тыс. рублей. Актив баланса состоит в большей степени из оборотных активов: в 2015 г. 99,5 % (276 905 тыс. руб.) – оборотные активы и лишь 0,5 % (1 469 тыс. руб.) – внеоборотные, причем доля оборотных активов выросла за анализируемый период на 420,4% (на 223 699 тыс. руб.).

Однако такая высокая доля оборотных активов в общем объеме средств предприятия означает, что на балансе предприятия имеются большие суммы дебиторской задолженности.

Это является негативным фактором, поскольку скорость оборачиваемости текущих активов предприятия в этом случае достаточно низкая.

Наибольшая доля пассива приходится на краткосрочные обязательства, а именно на кредиторскую задолженность: в 2015 г. она составила 206 640 тыс. руб. (87% от итоговой суммы краткосрочных обязательств). Причем наибольший вес в составе кредиторской задолженности имеет задолженность перед поставщиками и подрядчиками (в 2015 г. 93,3 % или 192 847 тыс. руб.).

Таблица 2 - Анализ структуры баланса ООО «Престиж[10]

Статьи баланса	2013		2014		2015		Темп прироста, %		
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	2014/2013	2015/2014	2015/2013
Актив									
I. Внеоборотные активы, в т.ч	186	0,3	312	0,5	1 469	0,5	67,7	370,8	689,8
- основные средства	186	100	312	100	1 469	100	67,7	370,8	689,8
II. Оборотные активы, в т.ч.	53 206	99,7	65 541	99,5	276 905	99,5	23,2	322,5	420,4
- запасы	8 659	16,3	15 831	24,2	154 559	55,8	82,8	876,3	1685
- дебиторская задолженность	42 889	80,6	47 788	72,9	112 578	40,7	11,4	135,6	162,5
- КФВ	770	1,4	1 765	2,7	1 765	0,6	129,2	-	129,2
- денежные средства	888	1,7	157	0,2	4 831	1,8	-82,3	2977	444,0
- прочие оборотные активы	-	-	-	-	3 173	1,1	-	100	100
Итого актив	53 392	100	65 853	100	278 374	100	23,3	322,7	421,4
Пассив									
III. Капитал и резервы, в т.ч.	11 520	21,6	36 472	55,4	40 789	14,7	216,6	11,8	254,1
- уставный капитал	10	0,1	10	0,1	10	0,1	-	-	-
- нераспределенная прибыль	11	99,9	36	99,9	40	99,9	216,8	11,8	254,3

[10] Составлено автором по: [21]

(непокрытый убыток)	510		462		779				
IV. Долгосрочные обязательства, в т.ч.	-	-	8 300	12,6	-	-	100	-100	-
- займы и кредиты	-	-	8 300	100	-	-	100	-100	-
V. Краткосрочные обязательства, в т.ч.	41 872	78,4	21 081	32,0	237 585	85,3	-49,7	1027	467,4
- займы и кредиты	-	-	6 842	32,5	30 945	13,0	100	352,3	100
- кредиторская задолженность, всего, в т.ч.	41 872	100	14 239	67,5	206 640	87,0	-66	1351	393,5
- поставщики и подрядчики	39 080	93,3	9 267	65,1	192 847	93,3	-76,3	1981	393,5
- задолженность перед персоналом организации	-	-	309	2,2	3 209	1,6	100	1435	100
- задолженность перед гос. ВБФ	2	0,1	166	1,2	1 291	0,6	8200	677,7	64 450
- задолженность по налогам и сборам	1 321	3,1	73	0,5	2 586	1,3	-94,5	3442	95,8
- прочие кредиторы	1 469	3,5	4 424	31	6 707	3,2	201,2	51,6	356,6
Итого пассив	53 392	100	65 853	100	278 374	100	23,3	322,7	421,4

Кроме того, стоит отметить увеличение краткосрочных кредитов и займов за период 2014 – 2015 гг. на 352,2% (на 24 103 тыс. руб.). Данные явления можно объяснить тем, что значительное количество сырья и материалов для своей деятельности предприятие приобретает за счет коммерческого кредита или кредитных ресурсов банковских организаций.

Появление долгосрочных кредитов и займов у предприятия в 2013 г. может свидетельствовать о том, что предприятие направило полученные заемные средства на приобретение основных средств (их доля увеличилась за период 2014-2015 гг. на 370,8%).

Оценить платежеспособность предприятия можно на основе расчета соответствующих коэффициентов ликвидности.

В таблице 3 представлена динамика основных показателей ликвидности предприятия ООО «Престиж».

Таблица 3 - Основные показатели ликвидности ООО «Престиж»[11]

№	Показатель	Нормальное ограничение	2013	2014	2015
1	Коэффициент общей платежеспособности	≥ 2	1,3	2,2	1,2
2	Коэффициент текущей ликвидности	1-2	1,3	3,1	1,2
3	Коэффициент быстрой ликвидности	≥ 1	1,1	2,4	0,5
4	Коэффициент абсолютной ликвидности	> 0,2-0,5	0,04	0,09	0,03

Коэффициент общей платежеспособности показывает способность предприятия покрыть все обязательства всеми активами. Значение данного коэффициента в таблице соответствует нормальному лишь в 2015 г.

Коэффициент текущей ликвидности является обобщающим показателем платежеспособности предприятия. Данный коэффициент измеряет общую ликвидность и показывает, в какой мере текущие кредиторские обязательства обеспечиваются текущими активами. В 2013-2015 гг. значение данного коэффициента находится в пределах нормы, однако в 2014 г. он увеличился на 1,8 по сравнению с 2013 г. и составил 3,1. Такое его превышение нежелательно, т.к. может свидетельствовать о нерациональном вложении предприятием своих средств и об их неэффективном использовании.

Коэффициент быстрой ликвидности характеризует ожидаемую платежеспособность предприятия на период, равный средней продолжительности одного оборота дебиторской задолженности. Значение данного коэффициента в

[11] Составлено автором по: [21]

2015 г., равное 0,5, может говорить о высоком финансовом риске, связанным, например, с тем, что предприятие окажется не в состоянии оплатить свои счета.

Показатель абсолютной ликвидности является наиболее жестким критерием ликвидности предприятия и показывает, какая часть краткосрочных долговых обязательств может быть при необходимости погашена за счет имеющихся денежных средств, средств на депозитных счетах и высоколиквидных краткосрочных ценных бумаг. Критическое значение коэффициента 0,2-0,3, т.е. 20-30 % краткосрочных долговых обязательств предприятие должно покрывать немедленно. Все значения данного показателя за период 2013-2015 гг. являются недопустимо низкими. Это означает, что вместо положенных 20-30%, предприятие в состоянии немедленно покрыть лишь 4%, 9% и 3% краткосрочных обязательств соответственно.

Формирование алгоритма управления дебиторской задолженностью на предприятии начинается с ее анализа. В процессе анализа необходимо изучить состав, структуру и динамику дебиторской задолженности, ее возрастную структуру, рассчитать коэффициенты оборачиваемости. Основной задачей этого анализа является оценка уровня и состава текущей дебиторской задолженности предприятия в разрезе товарного (коммерческого) и потребительского кредита.

Возможные выводы по результатам анализа долговых обязательств можно проиллюстрировать на примере данных об изменении величины дебиторской задолженности за период 2013/2015 гг., приведенных в балансе ООО «Престиж» (табл. 4).

Таблица 4 - Анализ состава и динамики дебиторской задолженности[12]

№	Показатель	2013	2014	2015	Изменения, тыс. руб., 2015/2014		Изменения, тыс. руб., 2015/2013	
					+,-, тыс. руб.	Темп прироста, %	+,-, тыс. руб.	Темп прироста, %
1	Дебиторская задолженность,	42 889	47 788	112 578	64 790	135,6	69 689	162,5

[12] Составлено автором по: [21]

	в том числе:							
2	Покупатели и заказчики	42 641	44 253	82 591	38 338	86,6	39 950	93,7
3	Авансы выданные	210	2 616	12 351	9 735	372,1	12 141	5 781,4
4	Прочая	38	919	17 636	16 717	1 819,0	17 598	46 310,5

Проанализировав данные таблицы 4, можно сделать выводы, что за период 2013-2015 гг. дебиторская задолженность на предприятии выросла почти на 70 000 тыс. руб. (на 162,5%). Наибольший прирост в абсолютном измерении имеет задолженность покупателей и заказчиков (почти на 40 000 тыс. руб.). Данный прирост можно объяснить ростом цен на услуги и продукцию предприятия, вызванным инфляционными процессами, однако главной причиной является расширение взаимодействия с контрагентами и увеличение их количества.

Сумма выданных авансов за анализируемый период 2013-2015 гг. выросла более чем на 12 000 тыс. руб. Такой элемент задолженности как выданные авансы появляется обычно за счет того, что предприятие приобретает товары у контрагентов-поставщиков не на условиях предоплаты, а на условиях, когда оплата производится за несколько дней до факта отгрузки. Возросший объем выданных авансов, в основном в счет приобретения материально-производственных запасов, связан с увеличением объемов производства предприятия и расширением ассортимента продукции.

Таким образом, анализ данных таблицы 8 показал, что уровень дебиторской задолженности на предприятии остается довольно высоким, что может вызвать ряд негативных явлений: риск несвоевременного погашения обязательств, ухудшение текущей ликвидности предприятия, снижение финансовой устойчивости, предпосылки для появления кредиторской задолженности и т.д. Для предотвращения подобных явлений на предприятии необходимо внедрение комплекса мер, связанных с оптимизацией размера и обеспечением инкассации задолженности покупателей за товары, работы, услуги.

На рисунке 9 представлена структура дебиторской задолженности и удельный вес ее статей.

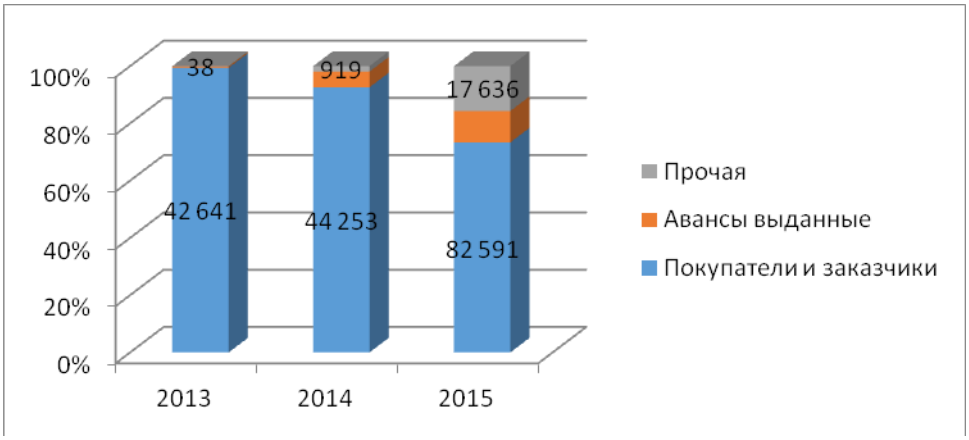

Рис. 9. Структура дебиторской задолженности[13]

Из рисунка 9 видно, что основной вес в структуре дебиторской задолженности в 2013/2015 гг. занимала такая статья, как задолженность покупателей и заказчиков: в 2013 г. ее доля составляла 99% от общей суммы дебиторской задолженности, однако к 2015 г. снизилась до 73,4%. Это объясняется тем, что значительный объем товаров и услуг предприятие реализует на условиях рассрочки платежа, при этом постоянно расширяя круг потенциальных покупателей и заказчиков.

Сокращение статьи «расчеты с покупателями и заказчиками» сопровождалось увеличением доли выданных авансов – в 2015 г. они занимали почти 11% от общей суммы задолженности, и прочей дебиторской задолженности (в 2015 г. 15,7%). В данную статью ООО «Престиж» входят налоговые отчисления, задолженность материально ответственных лиц в результате выявленных недостач.

В процессе анализа необходимо изучить возникновения дебиторской задолженности по срокам. Такой анализ позволяет предприятию осуществить следующее: разработать оптимальную политику управления дебиторской задолженностью и в том числе отсрочки платежа; более точно прогнозировать

[13] Составлено автором по: [21]

поступление денег в виде оплаты этой задолженности; выявить направления взыскания задолженности и наметить соответствующие меры, тактику; получить четкое представление о качестве дебиторской задолженности; создать резерв по сомнительным долгам.

Структура дебиторской задолженности ООО «Престиж» по срокам возникновения, представленная в виде реестра старения, отображена в таблице 5. Информация о структуре получена из обобщенных данных отчетов программы бухгалтерского учета 1С. По данным таблицы 5 можно сделать вывод, что наибольший удельный вес на предприятии имеет дебиторская задолженность свыше 30 дней, в 2015-м году она составляет 44,6% (50 188 тыс. руб.) от общей суммы задолженности, причем ее доля постепенно растет.

Таблица 5 - Анализ дебиторской задолженности[14]

Срок	на 01.01.2014 г.		на 01.01.2015 г.		на 01.01.2016 г.	
возникновения, дни	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
0-30	20 616	48,1	15 809	33,1	10 611	9,4
31-60	13 060	30,5	17 048	35,7	50 188	44,6
61-90	6 998	16,2	11 525	24,1	43 618	38,7
Свыше 90	2 215	5,2	3 406	7,1	8 161	7,3
Итого	42 889	100	47 788	100	112 578	100

Доля «молодой» задолженности (в течение 30 дней) в течение анализируемого периода, наоборот, существенно снизилась и к 2015 г. составила всего 9,4% (10 611 тыс. руб.).

На предприятии имеется также задолженность с довольно длительным сроком возникновения, что может быть свидетельством ослабления финансового контроля на предприятии. Так, сумма дебиторской задолженности свыше 90 дней за анализируемый период выросла на 2,1% и в 2014 г. составила 8 161 тыс. руб., поэтому предприятию необходимо приложить усилия, чтобы взыскать эту

[14] Составлено автором по: [21]

задолженность в ближайшее время, так как это может привести к ее списанию на уменьшение доходов предприятия, в связи с истечением срока исковой давности.

Изменение доли дебиторской задолженности в структуре оборотных активов можно представить в виде коэффициента отвлечения оборотных активов, который позволяет контролировать влияние отвлечённых из оборота средств на производственный процесс и величину ликвидных активов. Значения данного показателя и его динамика представлены в таблице 6 и рисунке 10

Таблица 6 - Динамика изменения коэффициента отвлечения оборотных средств в дебиторскую задолженность[15]

Наименование показателя	2013	2014	2015
1. Сумма дебиторской задолженности на начало года, тыс. руб.	42 889	47 788	112 578
2. Сумма оборотных активов на начало года, тыс. руб.	53 392	65 853	278 374
Коэффициент отвлечения оборотных средств в дебиторскую задолженность	0,8	0,7	0,4

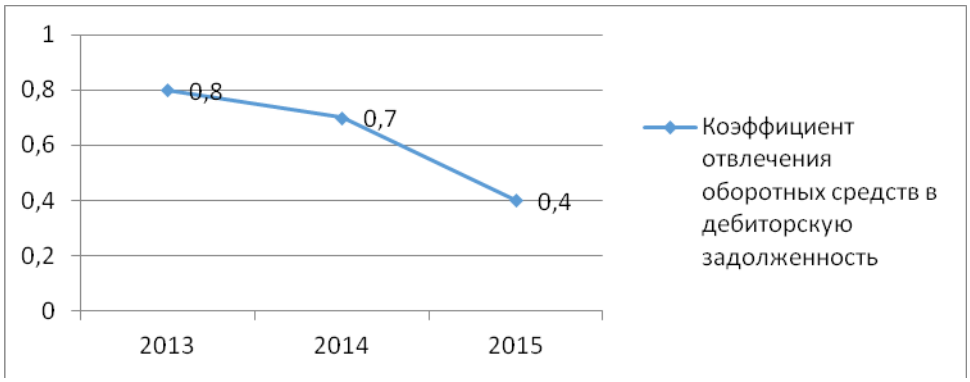

Рис. 10. Динамика коэффициента отвлечения оборотных средств, %.[16]

Из рисунка 10 видно, что доля дебиторской задолженности в структуре оборотных активов снизилась за анализируемый период с 80% до 40%.

Однако данные таблицы 6 показывают, что снижение данного показателя не отражает реальной экономической ситуации на предприятии, поскольку

[15] Составлено автором по: [21]
[16] Составлено автором по: [21]

уменьшение доли дебиторской задолженности произошло на фоне увеличения оборотных активов предприятия на 224 982 тыс. руб., что может означать своевременность расчетов дебиторов по своим долгам.

Доля дебиторской задолженности в оборотных активах предприятия по-прежнему остается высокой, что снижает мобильность имущества предприятия и отрицательно сказывается на его деятельности, т.к. отвлечённые средства могли бы обеспечить дополнительный прирост активов при их вложении в иную сферу.

Важным этапом в процессе анализа дебиторской задолженности является анализ ее оборачиваемости, который дает информацию о скорости обращения дебиторской задолженности за определенный период времени. В ООО «Престиж» отсутствует долгосрочная дебиторская задолженность, расчет осуществляется только по краткосрочной дебиторской задолженности. Необходимые расчеты произведены посредством формул, представленных в первой главе дипломной работы, и приведены в таблице 7.

Таблица 7 - Оборачиваемость дебиторской задолженности[17]

Показатели	2013	2014	2015
1. Выручка-нетто, тыс. руб.	504 735	747 484	452 179
2. Среднее значение дебиторской задолженности	45 338,5	80 183	116 568,5
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (1/2)	11,1	9,3	3,9

Как видно из таблицы 7 оборачиваемость дебиторской задолженности за анализируемый период значительно снизилась с 11,1 до 3,9 оборотов в год. Это связано с двумя факторами: снижением выручки и увеличением предприятием объема продаж товаров с условием отсрочки платежа. Такая ситуация крайне

[17] Составлено автором по: [21]

неблагоприятна для предприятия, так как отвлекаются средства из оборота, увеличиваются издержки финансирования, а затраты у предприятия итак велики.

Кроме этого снижение данного показателя за период на 7,2 оборотов может говорить о нарушении платежной дисциплины покупателей, увеличении ими сроков погашения задолженности, что является следствием неверной финансовой политики предприятия в отношении избирательности и оценки дебиторов, недостаточности контроля текущей дебиторской задолженности финансовыми службами предприятия.

Анализ кредиторской задолженности, равно как и дебиторской, предшествует первоначальным этапам ее управления. В рамках анализа рассчитывается изменение ее объема в динамике. Увеличение кредиторской задолженности за ряд лет может говорить об увеличении доверия к предприятию как к надежному в расчетах и платежах партнеру. Но наличие просроченной кредиторской задолженности свидетельствует о неплатежеспособности предприятия.

Таблица 8 - Анализ состава и динамики кредиторской задолженности[18]

№	Показатель	2013	2014	2015	Изменения, тыс. руб., 2014/2013		Изменения, тыс. руб., 2015/2014	
					+,-, тыс. руб.	Темп прироста, %	+,-, тыс. руб.	Темп прироста, %
1	Кредиторская задолженность, в т.ч:	41872	14239	206640	-27 633	-66	192 401	1 351,2
2	Задолженность перед поставщиками и подрядчиками	39 080	9 267	192 847	-29 813	-76,3	183 580	1 981,0
3	Задолженность перед персоналом организации	0	309	3209	309	100	2 900	938,5

[18] Составлено автором по: [21]

4	Задолженность перед гос. внебюджетными фондами	2	166	1 291	164	8 200	1 125	677,7
5	Задолженность по налогам и сборам	1 321	73	2 586	-1 248	-94,5	2 513	3 442,5
6	Прочие кредиторы	1 469	4 424	6 707	2 955	201,2	2 283	51,6

Анализ состава и динамики кредиторской задолженности представлен в таблице 8. Данные таблицы 8 показывают, что динамика кредиторской задолженности не является однонаправленной, а размер внутреннего долга сильно колеблется. Если в 2013 г. общая сумма кредиторской задолженности уменьшилась на 66% по сравнению с 2013 г., то в 2015 г. уже можно наблюдать увеличение всех статей кредиторской задолженности по сравнению с 2014 г. на 192 401 тыс. руб.

Анализ выявил, что увеличение объема кредиторской задолженности было достигнуто за счет возрастания задолженности перед поставщиками и подрядчиками, сумма которой в 2015 г. выросла на 183 580 руб. по сравнению с 2014 г. Задолженность перед персоналом организации в 2015 г. выросла на 938,5%. Присутствие таких пассивов как задолженность по налогам и сборам говорит о ведении в организации активной налоговой политики. В 2015 г. абсолютный прирост данной статьи составил 2 513 руб.

Таким образом, анализ данных таблицы 8 показал, что уровень кредиторской задолженности на предприятии остается довольно высоким, а это может отрицательно сказаться на его финансовом состоянии. Из-за несвоевременного погашения кредиторской задолженности у предприятия могут возникнуть проблемы с поставщиками в виде штрафных санкций, с персоналом, с налоговой системой. Поэтому необходим тщательный контроль над состоянием кредиторской задолженности с точки зрения ее величины, структуры и сроков погашения.

Анализ структуры кредиторской задолженности за 2013/2015 гг. представлен в таблице 9.

Таблица 9 - Структура кредиторской задолженности[19]

№	Показатель	2013		2014		2015	
		тыс. руб.	%.	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
1	Кредиторская задолженность, в том числе:	41 872	100	14 239	100	206 640	100
2	Задолженность перед поставщиками и подрядчиками	39 080	93,3	9 267	65,1	192 847	93,3
3	Задолженность перед персоналом организации	-	-	309	2,2	3 209	1,6
4	Задолженность перед гос. внебюджетными фондами	2	0,005	166	1,2	1 291	0,6
5	Задолженность по налогам и сборам	1 321	3,2	73	0,5	2 586	1,3
6	Прочие кредиторы	1 469	3,5	4 424	31,1	6 707	3,2

Как показывают данные таблицы 9, основной вес в структуре кредиторской задолженности предприятия на протяжении всего исследуемого периода занимает задолженность перед поставщиками и подрядчиками (в 2013 г. и в 2015 г. - 93,3% от общей суммы), что обусловлено производственной спецификой деятельности предприятия.

Задолженность перед государственными внебюджетными фондами неразрывно связана с долгами по заработной плате, поэтому снижение удельного веса статьи «задолженность перед персоналом организации» на 1% в 2015 г. повлекло снижение доли задолженности перед государственными внебюджетными фондами также на 1%.

В процессе анализа кредиторской задолженности также необходимо изучить ее возникновение по срокам. Структура кредиторской задолженности ООО

[19] Составлено автором по: [21]

«Престиж» по срокам возникновения, представленная в виде реестра старения, отображена в таблице 10.

Информация о структуре получена из обобщенных данных отчетов программы бухгалтерского учета 1С.

Таблица 10 - Анализ кредиторской задолженности по срокам возникновения[20]

Срок возникновения, дни	на 01.01.2014 г.		на 01.01.2015 г.		на 01.01.2016 г.	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
0-30	10 515	25,1	3 210	22,6	95 000	46
31-60	20 389	48,7	8 364	58,7	100 040	48,4
61-90	8 211	19,6	2 265	15,9	11 241	5,4
Свыше 90	2 757	6,6	400	2,8	359	0,2
Итого	41 872	100	14 239	100	206 640	100

По данным таблицы 10 можно сделать вывод, что наибольший удельный вес на предприятии имеет кредиторская задолженность свыше 30 дней, в 2015-м году она составляет 48,4% (100 040 руб.) от общей суммы задолженности, причем ее доля постепенно растет. Для последующих периодов характерно постепенное убывание сумм задолженности, особенно необходимо отметить снижение задолженности сроком свыше 90 дней за анализируемый период на 2 389 руб.

Стоит заметить, что наибольший срок на отсрочку платежа, обозначенный в договорах на поставки, равен 50-ти календарным дням. Учитывая, что у предприятия есть задолженность свыше этого срока, можно сказать о том, что ООО «Престиж» является нарушителем платежной дисциплины, и не погашает свою кредиторскую задолженность в установленные сроки.

Для последующей характеристики состояния кредиторской задолженности ООО «Престиж», обоснованности ее объемов, экономической эффективности, можно рассчитать ряд коэффициентов: оборачиваемости, задолженности фискальной системе, другим организациям.

[20] Составлено автором по: [21]

Необходимые расчеты приведены в таблице 11.

По данным таблицы 11 видно, что оборачиваемость кредиторской задолженности снизилась также как и оборачиваемость дебиторской задолженности. Данные коэффициентов свидетельствуют о значительном сокращении уровня оборачиваемости кредиторской задолженности за анализируемый период - с 18 оборотов в год до 1,7.

Таблица 11 - Оборачиваемость кредиторской задолженности[21]

Показатели	2013	2014	2015
1. Выручка-нетто, тыс. руб.	504 735	747 484	452 179
2. Среднее значение кредиторской задолженности, тыс. руб.	28 055,5	110 439,5	262 113
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	18	9,5	1,7

Причины здесь абсолютно те же, что и в случае с дебиторской задолженностью. Во-первых, снижение коэффициента оборачиваемости является следствием увеличения удельного веса кредиторской задолженности в общем объеме пассивов. Во-вторых, причиной такого снижения можно считать несоблюдение платежной дисциплины предприятием. Этот вывод был сделан на основе сопоставления сроков товарного кредита, указанных в договорах на поставки и фактических периодах оплаты после получения товаров, в течение 2015 года предприятие систематически не соблюдало установленные договорами сроки.

ООО «Престиж» могла погасить всю задолженность перед поставщиками и подрядчиками, прочими кредиторами в 2013 году почти за 29 дней, в 2014 г. - за 7 дней, а в 2015 г. – уже за 159 дней. Можно констатировать, что увеличение коэффициента в 2014 году обусловлено резким увеличением задолженности и при этом снижением среднемесячной выручки, что является отрицательной тенденцией, и говорит о проблемах с платежеспособностью на предприятии.

[21] Составлено автором по: [21]

Заключительным этапом анализа кредиторской задолженности является сравнение величин дебиторской и кредиторской задолженности предприятия.

Поскольку величина долгов покупателей формируется под влиянием не только оборачиваемости, но и стоимости продаж, а величина долгов поставщикам - под влиянием не только оборачиваемости, но и стоимости поставок, необходимо сопоставлять итоговые суммы сложившейся дебиторской и кредиторской задолженности. Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности предприятия за 2013/2015 гг. представлено на рисунке 11.

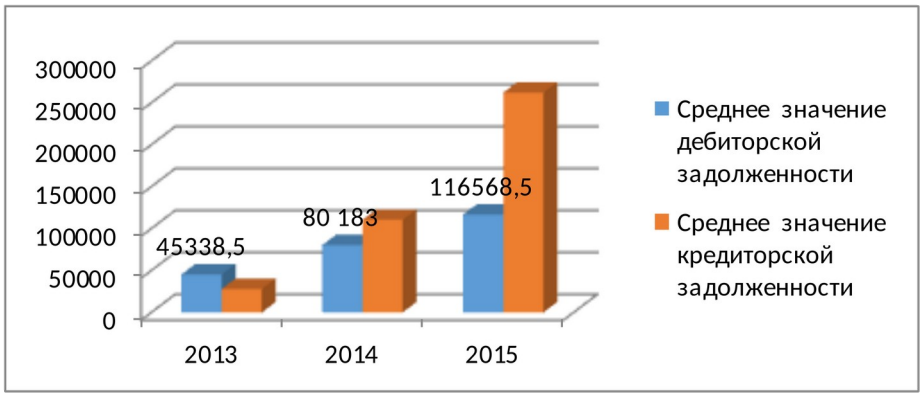

Рис. 11. Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности предприятия[22]

Из рисунка 11 видно, что соотношение дебиторской и кредиторской задолженности предприятия на протяжении анализируемого периода существенно менялось. Так, например, в 2013 г. объем дебиторской задолженности был практически соразмерен с объемом кредиторской. Можно сказать, что дебиторская задолженность на тот момент полностью финансировалась за счет образованной кредиторской задолженности. Такое соотношение можно считать оптимальным.

К 2014 г. соотношение дебиторской и кредиторской задолженности изменилось: общая сумма дебиторской задолженности превысила сумму кредиторской почти в 1,37 раза. Это может говорить о более быстрой

[22] Составлено автором по: [21]

оборачиваемости кредиторской задолженности по сравнению с оборачиваемостью дебиторской задолженности. В таком случае в течение определенного периода долги дебиторов превращаются в денежные средства через более длительные временные интервалы, чем интервалы, когда предприятию необходимы денежные средства для своевременной уплаты долгов кредиторам. Соответственно возникает недостаток денежных средств в обороте, сопровождающийся необходимостью привлечения дополнительных источников финансирования.

Наконец, в 2015 г. ситуация становится противоположной: объем кредиторской задолженности превышает объем дебиторской в 2,25 раза. Это может свидетельствовать о замедлении скорости обращения кредиторской задолженности по сравнению с дебиторской задолженностью. А так как дебиторская задолженность оборачивается быстрее кредиторской, у предприятия появились свободные средства в размере, соответствующем разности числа дней оборота кредиторской и дебиторской задолженности.

Можно сделать вывод, что соотношение дебиторской и кредиторской задолженностей характеризует финансовую устойчивость фирмы и эффективность финансового менеджмента. В практике финансовой деятельности российских фирм зачастую складывается такая ситуация, когда становится невыгодным снижение дебиторской задолженности без изменения кредиторской. Уменьшение дебиторской задолженности снижает коэффициент покрытия. Предприятие приобретает признаки несостоятельности и становится уязвимой со стороны налоговых органов и кредиторов. Поэтому финансовые менеджеры обязаны решать не только задачу снижения дебиторской задолженности, но и ее балансирования с кредиторской задолженностью. В этом случае важно изучить условия коммерческого кредита, предоставляемого фирме поставщиками сырья и материалов.

На деятельность мебельных предприятий УФО оказывают негативное влияние те же факторы, что и по всей России в целом, вызывая проблемы и структурные противоречия в развитии всего мебельного рынка (табл. 12).

Таблица 12 – Основные факторы, ограничивающие производство мебельных предприятий на рынке[23]

Сдерживающие факторы развития мебельного рынка	Структурные противоречия
Недостаточная точность оценки лесоресурсного потенциала	Высокий уровень нелегального оборота древесины
Слабый контроль над использованием лесов и недостаточный объем лесохозяйственных мероприятий, слабое развитие инфраструктуры отдаленных от транспортных узлов лесных территорий	Истощение эксплуатационных запасов древесины в зонах расположения действующих лесопромышленных предприятий
Недостаточное развитие мощностей по глубокой механической, химической и энергетической переработке древесного сырья	Недостаточная инновационная активность и инвестиционная привлекательность. Не способность переработать в конкурентоспособную продукцию низкокачественную, лиственную и тонкомерную древесину, а также древесные отходы лесозаготовок и деревообработки. Высокий уровень применения импортных материалов, фурнитуры и комплектующих в производстве мебели
Ограниченный доступ к современному оборудованию, отсутствие аналогов отечественного производства. Высокая степень износа основных фондов, распад технологических цепочек и прежней воспроизводственной базы, старение технологий с низкой интенсивностью их обновления, ориентация на западные технологии и ввоз оборудования.	Использование устаревших технологий, машин и оборудования с высокой долей ручного труда и низкой производительностью. Низкое качество продукции на предприятиях Однообразие выпускаемого ассортимента бытовой мебели. Большой объем мебели из других регионов России и зарубежья
Суженный инвестиционный потенциал. Слабость банковской системы. Нестабильность национальной валюты. Неблагоприятная конъюнктура финансового рынка. Существующая система взаиморасчетов с сетевыми операторами розничной торговли.	Снижение оборачиваемости активов на предприятии. Ограниченные внутренние инвестиционные возможности и возможности по доступу к источникам привлеченных средств на приемлемых условия, к «длинным деньгам». Ограничены ресурсы на повышение квалификации персонала и внедрение систем стандартов качества.
Преобладание неблагоприятных ожиданий в экономической среде в целом, в отрасли, Неготовность ответственных лиц к принципиальным нововведениям.	Преобладание линейно-функциональных и функциональных организационных структур, процесс демотивации, отсутствие стимулов в работе. Высокий уровень консерватизма сложившихся структур.

[23] Составлено автором по: [21]

Низкая платёжеспособность населения	Недостаточная емкость внутреннего рынка

Одной из причин, сдерживающих развитие отрасли в округе - низкий уровень платёжеспособности основной массы населения и как результат современные потребительские приоритеты. Поскольку мебель не является «статусным» продуктом, население предпочитает покупать дорогие и очень дорогие автомобили в кредит, увеличивая доходы банков и сокращая свои, а статья расходов «Мебель» финансируется по остаточному принципу.

Пока трудно оценить и спрогнозировать изменения структуры мебельного рынка после вступления России в ВТО. Так по оценкам Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России, отечественный рынок мебели составляет около 1% общемирового объема. На данный момент наша страна значительно уступает таким странам, как Китай, США, Италия, являющимся мировыми лидерами, приблизиться к ним практически нереально. К тому же надо учесть, что вхождение российского государства в ВТО увеличит потоки мебельного импорта, который и без того год от года прирастает. Так, если в 2010 году доля импортной продукции на внутреннем рынке России составляла менее 18%, то в 2013 году этот показатель увеличился до 22%.В то же время, условия работы России в ВТО дают некоторые плюсы, например, то, что через 6 лет процентная ставка на большинство комплектующих к мебели снизится в среднем на 40%.

Бесспорно, при вступлении в ВТО есть вероятность того, что с рынка мебели уйдут недобросовестные производители. Однако открытыми, очень актуальными и требующими соответствующих решений остаются вопросы о том, сможем ли мы удовлетворить потребности внутреннего рынка в высококачественной и конкурентоспособной мебельной продукции отечественного производства; снизится ли доля импортируемой продукции на внутреннем рынке; смогут ли мебельные предприятия повысить свой вклад в

социально-экономическое развитие округа, создавая новые рабочие места и увеличивая свою долю в доходах бюджетов разных уровней.

3. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СФЕРЫ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРЕСТИЖ», Г. ЕКАТЕРИНБУРГ)

3.1. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ПРЕСТИЖ»

В настоящее время ни одна организация не существует без долговых обязательств, все организации являются дебиторами и кредиторами.

В связи с этим необходимо уделять большое внимание разработке и использование оптимальных схем движения дебиторской и кредиторской задолженности. Отлично налаженная система расчетов с дебиторами и кредиторами является путем успешного управления состоянием текущих обязательств и расчетов в организации.

Одним из основных направлений совершенствования бухгалтерского учета расчетов с дебиторами и кредиторами является обеспечение своевременной и достоверной информацией о задолженности организации.

Учетная информация отражает фактическое состояние хозяйственного объекта. Полнота, достоверность и своевременность отражения в ней расчетных операций, способствуют предотвращению принятия неоправданных решений. Это требует постоянного совершенствования методологии ведения бухгалтерского учета как основного поставщика информации.

В связи с выявленными в ООО «Престиж» недостатками существующей в организации системы расчетов, отраженными во 2 главе ВКР, необходимо предпринимать меры по управлению дебиторской и кредиторской задолженностью для того чтобы повысить платежеспособность и деловую активность организации.

Выявленные недостатки в ООО «Престиж», связанные с дебиторской и кредиторской задолженностью, и рекомендации по их устранению представлены в таблице 13.

Необходимо своевременно выявлять недопустимые виды кредиторской и дебиторской задолженности (просроченные (неоправданные) задолженности). Для этого следует проводить инвентаризацию расчетов с дебиторами и кредиторами в ООО «Престиж».

Таблица 13 - Недостатки в ООО «Престиж», связанные с дебиторской и кредиторской задолженностью, и рекомендации по их устранению[24]

Недостатки	Рекомендации
1. Отсутствие контроля над сроками задолженностей	1.1. Проведение инвентаризации расчетов с дебиторами и кредиторами 1.2. Осуществление мер по ускорению погашения просроченной задолженности
2. Отсутствие резерва по сомнительным долгам	2. Создание резерва по сомнительным долгам
3. Низкая оборачиваемость дебиторской задолженности	3. Продажа дебиторской задолженности

В ООО «Престиж» не проведена инвентаризация расчетов на 31.12.2015, отсутствуют акты сверок с поставщиками и покупателями.

Инвентаризация имущества и обязательств – процедура обязательная для всех налогоплательщиков. Этого требует Федеральный закон «О бухгалтерском учете». В соответствии со статьей 11 данного закона для обеспечения достоверности данных бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности организации обязаны проводить инвентаризацию активов и обязательств, в ходе которой проверяются и документально подтверждаются их наличие, состояние и оценка.

Порядок и сроки проведения инвентаризации определяются руководителем организации, но, тем не менее, не реже 1 раза в год перед составлением годовой отчетности, за исключением случаев, когда проведение инвентаризации обязательно. В виду отсутствия проведения инвентаризации невозможно

[24] Составлено автором по: [21]

подтвердить правильность и обоснованность числящихся сумм задолженности. Из этого следует, что необходимо проводить инвентаризации в сроки, установленные действующим законодательством.

Необходимо контролировать состояние расчетов с покупателями по просроченным задолженностям. В организации стали предпринимать такие меры, но так как просроченная дебиторская задолженность существует их необходимо продолжать и возможно усилить. Если просроченная дебиторская задолженность достигает 15 календарных дней ООО «Престиж» принимают такие меры как телефонные переговоры и отправка официальных писем по средствам электронной почты, к этим мерам можно добавить деловые встречи генерального директора ООО «Престиж» с директорами организаций – задолжников. Также рекомендуется обращаться в арбитражный суд в случае просрочки срока оплаты более чем на 90 дней и невозможности решить вопрос путем переговоров или другими методами.

В ООО «Престиж» имеется просроченная дебиторская задолженность, которая нереальна к взысканию и списана она с баланса организации за счет собственных средств, так как резерва по сомнительным долгам нет. Поэтому необходимо создать резерв по сомнительным долгам.

Если в течение года ООО «Престиж» не отразит на счетах бухгалтерского учета и в отчетности резерв по сомнительным долгам, ей грозит штраф в размере 10 тыс. руб. (в последующие периоды за данное нарушение, штраф увеличивается до 30 тыс. руб.).

Резерв создается по задолженности, у которой истек срок погашения, и по задолженности, срок погашения которой еще не прошел, но существует высокая вероятность, что когда наступит срок, она не будет погашена. Для создания резерва по второму виду задолженности необходимо мнение эксперта, который объективно оценит платежеспособность и финансовое состояние организации-должника. Необходимо все контрагентов изучить и разделить на три группы: надежных, обычных и критических.

Согласно вышесказанному сомнительную задолженность тоже следует разделить на группы:

1 группа – дебиторская задолженность, не погашенная в срок, который установлен в договоре;

2 группа – дебиторская задолженность, у которой срок оплаты еще не наступил, однако степень вероятности не оплаты в срок высока.

Для дебиторской задолженности первой группы резерв создается в сумме полной величины задолженности. Для создания резерва по второй группе необходима оценка эксперта.

Так же разрабатывается шкала, по которой формируется резерв по сомнительным задолженностям. Если просрочка платежа ожидается не более чем на 30 дней, то в резерв по сомнительным долгам будет включено 10% суммы задолженности; от 30 до 90 дней – 30%; от 90 до 180 дней – 60% задолженности и т.д.

Основные правила для создания резерва по сомнительным долгам:

1. В учетную политику необходимо внести пункты, в которых обозначается создание резерва по сомнительным долгам, назначается эксперт из определенного отдела организации, описывается сроки отчислений сумм в резерв и списание за счет резерв сумм безнадежных долгов.

2. Проведение инвентаризации дебиторской и кредиторской задолженности, для того чтобы выявить просроченную и сомнительную задолженность.

3. Расчет сумм резерва по каждому долгу, но при этом сумма резерва не должна превышать 10% от выручки отчетного периода организации.

4. Сумма отчислений в резерв необходимо включить во внереализационные расходы на последнее число отчетного (налогового) периода. Сумма отчислений в резерв в декларации по налогу на прибыль отражается в общей сумме внереализационных расходов по строке 200.

5. При признании любого долга безнадежным долгом, он уменьшается на сумму резерва. Это относится и к безнадежным долгам, которые изначально не участвовали в расчете резерва. Во внереализационные расходы включается только превышающая резерв часть безнадежного долга.

6. Остаток резерва, который не был использован для покрытия убытков от безнадежных долгов, на 31 декабря:

- если организация приняла решение не формировать резерв по сомнительным долгам в следующем году, - включается во внереализационные доходы;

- если организация приняла решение формировать резерв по сомнительным долгам в следующем году, переносится на следующий год. Если остаток резерва на 31 декабря прошлого года за вычетом безнадежных долгов, которые были списаны в I квартале текущего года, окажется больше суммы созданного резерва на 31 марта текущего года, разницу необходимо отнести к внереализационным доходам.

По результатам анализа состава, структуры и динамики дебиторской и кредиторской задолженности ООО «Престиж» можно сделать вывод, что в целом ситуация в сфере осуществления платежно-расчетных отношений организации с его дебиторами и кредиторами не представляет существенной угрозы стабильности финансового состояния.

Тем не менее, динамика роста и дебиторской, и кредиторской задолженности ООО «Престиж» свидетельствует о необходимости пристального внимания руководства к организации платежно-расчетных отношений.

Анализ состояния дебиторской и кредиторской задолженности, позволяет разработать конкретные меры по улучшению дебиторской и кредиторской задолженности:

- постоянно следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности, так как значительное преобладание дебиторской задолженности

создает угрозу финансовой устойчивости организации и делает необходимым привлечение дополнительных источников финансирования, а превышение кредиторской задолженности над дебиторской может привести к неплатежеспособности;

- контролировать оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности, а также состояние расчетов по просроченной задолженности. В условиях инфляции всякая отсрочка платежа приводит к тому, что организация реально получает лишь часть стоимости выполненных работ. Руководство должно строго контролировать структуру и сроки погашения дебиторской задолженности, вести работу по ее взысканию;

- разработка мер воздействия на недобросовестных контрагентов (обращение в суд);

- своевременно выявлять недопустимые виды дебиторской и кредиторской задолженности, к которым в первую очередь относятся: просроченная задолженность поставщикам, просроченная задолженность покупателям, просроченная задолженность по оплате труда, просроченная задолженность по платежам в бюджет, во внебюджетные фонды.

Одной из основных проблем в ООО «Престиж» является превышение периода оборота дебиторской над периодом оборота кредиторской задолженности в 2 раза, поэтому необходимо предпринимать меры по ускорению оборачиваемости дебиторской задолженности. Сокращению дебиторской задолженности и ускорению ее оборота может способствовать продажа части дебиторской задолженности.

С точки зрения действующего законодательства продажа дебиторской задолженности представляет собой уступку права требования или цессию. Договор цессии предполагает замену прежнего кредитора на другое лицо, к которому переходят все права и обязанности прежнего кредитора. При этом кредитора, который уступил свое требование к должнику, называют цедентом, а

лицо, которое получило право требования, называют цессионарием. Согласие должника не требуется для перехода к другому лицу прав кредитора, если иное не предусмотрено законом или договором.

Реализация дебиторской задолженности в большинстве случаев происходит по цене, ниже номинальной. Вследствие чего возникает убыток. При этом убыток принимается в целях налогообложения в следующем порядке:

50 процентов от суммы убытка подлежат включению в состав внереализационных расходов на дату уступки права требования;

50 процентов от суммы убытка подлежат включению в состав внереализационных расходов по истечении 45 календарных дней с момента уступки права требования.

Если ООО «Престиж» продаст часть дебиторской задолженности по договору цессии, то оборачиваемость дебиторской задолженности увеличиться.

3.2. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ПРЕСТИЖ»

Расчет плановой оборачиваемости дебиторской задолженности ООО «Престиж» представлен в таблице 14.

По данным таблицы 14 можно сделать следующий вывод, что при реализации дебиторской задолженности в планируемом периоде в размере 41,5 тыс. руб. произойдет увеличение выручки на 35 тыс. руб.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности увеличится на 2,55, а период оборота снизится на 37 дн., что благоприятно скажется на финансовом состоянии исследуемой нами организации.

Таблица 14 - Расчет плановой оборачиваемости дебиторской задолженности/тыс. руб.[25]

Показатель	2015	2016/План	Δ
1. Выручка, тыс. руб.	452	487	35
2. Дебиторская задолженность, тыс. руб.	117	75,5	- 41,5
3. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	3,9	6,45	2,55
4. Период оборачиваемости дебиторской задолженности, дни	93,5	56,5	- 37

Рассчитаем экономический эффект от снижения периода оборота дебиторской задолженности по следующей формуле:

$$Ээф = (Врплан / 365) \times (ПобДЗ,$$

где $Ээф$ – экономический эффект;

$Врплан$ – выручка в планируемом периоде;

$(ПобДЗ$ – изменение периода оборачиваемости.

$$Ээф = \frac{487}{365} \times (-37) = -50 \text{ тыс. руб.}$$

Это значит, что при ускорении оборачиваемости дебиторской задолженности на 37 дн. высвободятся денежные средства в размере 50 тыс. руб., которые могут быть направлены на погашение кредиторской задолженности.

Таким образом, вышеизложенные мероприятия будут способствовать совершенствованию организации расчетов и их учета, снижению дебиторской и кредиторской задолженности и укреплению финансового состояния ООО «Престиж».

[25] Составлено автором по: [21]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Малое предпринимательство играет ведущую роль в развитии экономики любой страны. Его динамика влияет на экономический рост, научно-технический прогресс, насыщенность рынка качественными товарами. Кроме того, малый бизнес выполняет важнейшие для национальной экономики функции: внедряет инновации, поддерживает оптимальную конкурентную среду, создает дополнительные рабочие места, противодействует монополизму и расширяет потребительский спрос.

Расширение границ деятельности малых предпринимателей не только благотворно повлияет на экономический рынок России, но и позволит ему выйти на новый, более качественный уровень.

Предпринимательская деятельность субъектов бизнеса этого сегмента в России регулируется Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». На данный момент сфера малого бизнеса заняла одну из ведущих позиций в экономике, но его доля в национальном продукте остается меньшей по сравнению с западными странами.

Несмотря на правительственную поддержку (ограничение административного давления, снижение фискальной нагрузки, упрощение системы регистрации, лицензирования деятельности) малый бизнес нуждается в развитии и расширении границ.

Затруднения в развитии малого предпринимательства в России:

Маленькие размеры собственного капитала таких предприятий.

Жесткая конкуренция.

Повышенный риск (особенно в новых сферах деятельности).

Недостаточная социальная защита работников (в отличие от крупных предприятий).

Сейчас активно рассматривают вопрос развития сети малых предприятий в рамках программы демонополизации народного хозяйства. Монопольные производства планируют принудительно или инициативно разукрупнять в следующих форматах:

создание малых, средних предприятий с 1 крупного;

организация дочерних предприятий по инициативе крупных;

самостоятельная деятельность производственно-хозяйственных предприятий.

Развитие российского малого бизнеса в 2016 г. является частью демонополизации всех структур экономики страны. Но сегодня эффективную деятельность предприятий небольшого масштаба сдерживает ряд причин, решить которые можно только в случае положительных изменений в сфере национальной экономики:

непростая финансовая, экономическая ситуация в стране;

спад производства;

недостаточная правовая защищенность владельцев бизнеса;

недостаточный уровень реальной государственной поддержки сферы малого бизнеса;

плохая деловая этика в бизнесе;

кризисная ситуация в России ощутимо влияет на степень покупательской способности населения.

Несмотря на серьезные трудности развития малого бизнеса в России, он эволюционирует, постепенно выходит на новый более качественный уровень.

В условиях экономического кризиса, который вряд ли закончится в 2016 году, для населения самыми актуальными станут те услуги, которые помогут сэкономить. Специалисты прогнозируют активную работу и открытие новых

ателье по ремонту одежды, фирм ремонта, организаций бытового обслуживания, сервисных центров.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ): часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ, и часть третья от 26 ноября 2001 г. № 146-ФЗ (в редакции). Справочно-правовая система Консультант-плюс.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации часть первая от 31 июля 1998 г. № 46-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (с редакции). Справочно-правовая система Консультант-плюс.

3. Федеральный закон от 06 декабря 2011 г. № 402 - ФЗ «О бухгалтерском учете». Справочно-правовая система Консультант-плюс.

4. Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность» от 06.07.1999 г. №43-н (ПБУ 4/99) в ред. от 08.11.2010 г. №142. Справочно-правовая система Консультант-плюс.

5. Приказ «О формах бухгалтерской отчетности организаций» от 02.07.2010 г. №66-н (в ред. от 17.08.2012 г. №133-н). Справочно-правовая система Консультант-плюс.

6. Федеральный закон от 23.08.1996 №127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»

7. Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»

8. «Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 г.»

9. «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г.» http://economy.gov.ru/minec/main

10. Артеменко В. Г., Беллендир М. В. Финансовый анализ. — М.: Дело-Сервис, 2012. - 152 с.

11. Баканов М. И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 332 с.

12. Балабанов И. Г. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта [Текст] /И. Г. Балабанов. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 416 с.

13. Бальжинов А. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие / А. В. Бальжинов, Е. В. Михеева. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 119 с.

14. Барышева Н.Ф. Оценка прибыльности деятельности организации //Финансы. – 2015. - №4. - С.46 - 49.

15. Бернстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности: Теория, практика и интерпретация: Пер. с англ. – М.: ФиС, 2014. – 625 с.

16. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: учебное пособие / И.А. Бланк.- М.: Ника-Центр, 2015.- 512 с.

17. Бланк И.А. Управление денежными потоками: учебное пособие / Под ред. И.А. Бланка – М.: Издательство «Ника-Центр», 2015.- 752с.

18. Бланк И.А. Управление прибылью: Учебное пособие. 3-е изд., перераб. и доп./ И.А. Бланк.- М.: Ника-Центр, 2015.- 768с.

19. Большая экономическая энциклопедия. М., 2015

20. Босарева В. Г. Малый бизнес в контексте теории реформ // Журнал экономической теории. – 2015. – № 3. – С. 13–20.

21. Внутренняя документация предприятия ООО «Престиж»

22. Гиляровская Л.Т., Вехорева А.А. Анализ финансовой отчетности коммерческого предприятия. СПб.: Питер, 2012. - 241 с.

23. Горский И.В. Прибыль предприятия и налоги // Налоговое обозрение. - 2014. - № 1-2. - С. 3-14.

24. Гришин И. А. Малое предпринимательство в муниципальной промышленной политике : моногр. / науч. ред. О. В. Иншаков. – Волгоград : Принт, 2016. – С. 550.

25. Дембинский Н.В. Вопросы теории экономического анализа. - М.: Финансы, 2014. - 346 с.

26. Деружинская М. П. Развитие институционально-экономической инфраструктуры города в условиях модернизации: принципы, особенности механизмы : автореф. дис. … канд. экон. наук / науч. рук. Л. Г. Матвеева ; МГА. – Ростов н/Д, 2014. – 28 с.

27. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: Учебное пособие - 2-е изд - М.: Дело и Сервис, 2014.

28. Дыбаль С.В. Финансовый анализ. Теория и практика: учебное пособие / С.В. Дыбаль.- М.: Изд-во «Бизнес-пресса», 2014.- 336с.

29. Ершова С.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. - СПб.: СПбГАСУ, 2012. - 155 с.

30. Ефимова М.Р. Финансово-экономические расчеты: Учебное пособие, Москва: Инфра-М, 2014 г. – 369 с.

31. Ефимова О.В., Мельник М.В. Анализ финансовой отчетности: учеб.пособие для студентов / под ред. О.В. Ефимовой, М.В. Мельник.- 2-е изд., испр. и доп.- М.: Изд-во ОМЕГА-Л, 2015.-408 с.

32. Занадворов В. С., Занадворова А. В. Экономика города : учеб. пособие. – М. : ИЧП «Издательство Магистр», 2015 – 272 с.

33. Зудилин Л.Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятий. - Екатеринбург: Каменный пояс, 2012. - 312 с.

34. Ильенкова С.Д. Экономика и статистика предприятия. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 240 с.

35. Кармин Т. Р., Макмин А. Р. Анализ финансовых отчетов (на основе СААР): Пер. с англ. - М.: Инфра-М, 2012. - 240 с.

36. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. Финансовая отчетность. Анализ финансовой отчетности (основы балансоведения): учеб.пособие - 2-е изд - М.: Проспект, 2016.

37. Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. –М.: ООО «ТК Велби», 2014. – 424 с.

38. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособ. / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. – М: КНОРУС, 2012. - 672 с.

39. Кондраков Н. П. Бухгалтерский учет, анализ хозяйственной деятельности и аудит. – М.: Перспектива, 2014. - 652 с.

40. Крейнина, М. Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки [Текст] / М. Н. Крейнина. – М.:ИКЦ «ДИС», 2015. – 224 с.

41. Крылов Э.И. Анализ финансовых результатов предприятия: учеб.пособие / Э.И. Крылов, В.М. Власов; ГУАП. – СПб., 2014.- 256 с.

42. Лазарева Г.И. Определение вероятности банкротства предприятия // Бухгалтерский учет и аудит. – 2014. - №3. – с.21.

43. Леонтьев В.Е., Бочаров В.В., Радковская Н.П. Финансовый менеджмент: Учебник, Москва: ООО «Издательство «Элит», 2014 г.- 620 с.

44. Лиференко Г.Н. Финансовый анализ предприятия: Учебное пособие - М: Экзамен, 2015

45. Любушкин Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие.- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: ЮНИТА-ДАНА, 2015.- 448 с.

46. Морошкин В.А., Ломакин А.Л. Практикум по финансовому менеджменту: технология финансовых расчетов с процентами: Учебное пособие, рекомендовано УМО, Москва: Финансы и статистика, 2015 г.- 256с.

47. О' Салливан А. Экономика города : пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 706 с.

48. Панков Д.А. Современные методы анализа финансового положения. - Минск: ООО «Профит», 2014. - 345 с.

49. Пожидаева Т.А. Анализ финансовой отчетности: Учеб. пособие. - М.: КНОРУС, 2012. – 320 с.

50. Портер М. Международная конкуренция : пер. с англ. / под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. – М. : Междунар. отношения, 2015 – 896 с.

51. Российский торгово-экономический словарь / под ред. С.Н. Бабурина. М., 2015

52. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности организаций [Текст] / Г. В. Савицкая. – М.:ИП «Экоперспектива», 2015. – 705 с.

53. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб.пособие - 7-е изд - Мн.: Новое знание, 2012.

54. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Управление финансами. Задачи, ситуации, тесты, схемы: Учебное пособие для вузов, рекомендовано УМЦ, Москва: Юнити-Дана, 2014 г.- 289 с.

55. Скопина И.В. Регулирование развития регионального потребительского рынка // Управление региональными экономическими системами: Сб. ст. междунар. конф. Киров, 2013

56. Тюрина А.В. Финансовый менеджмент: Практикум: Учебное пособие для вузов, рекомендовано УМЦ, серия «Профессиональный учебник: Менеджмент», Москва: Юнити-Дана, 2015 г. – 378с.

57. Финансовое управление фирмой//под ред. Терехина В.И. – М.: Экономика, 2015 – С.62 - 63.

58. Финансово-кредитный энциклопедический словарь. под ред. А.Г. Грязновой. - М.: Финансы и статистика, 2014. – 438 с.

59. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник/Под. ред. Е. С. Стояновой. – 6-е изд. – М.: Перспектива, 2015. – С.656.

60. Федеральная служба государственной статистики: - [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru

61. Чуев И.Н., Чуева Л.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 368с.

62. Шабунина И.М., Ломовцева О.Д., Трубин М.Ю. Теория и практика региональной экономики. Волгоград, 2016

63. Шадрина Г. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] /Г. В. Шадрина. – М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2012. – 138 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Основные экономические показатели деятельности ООО «Престиж»

№	Показатели	2013	2014	2015	Темп прироста, %		
					2014/2013	2015/2014	2015/2013
1	Выручка от реализации, тыс. руб.	504 735	747 484	452 179	48,1	-39,5	-10,4
2	Себестоимость, тыс. руб.	444 258	649 132	386 080	46,1	-40,5	-13,1
3	Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	60 477	98 352	66 099	62,6	-32,8	9,3
4	Коммерческие расходы, тыс. руб.	24 082	22 655	10 022	-5,9	-55,8	-58,4
5	Управленческие расходы, тыс. руб.	0	57 436	51 949	100	-9,6	100
6	Чистая прибыль, тыс. руб.	24 953	4 317	150	-82,7	-96,5	-99,4
7	Среднегодовая стоимость активов,	59 622	172 113	318 457	188,7	85,0	434,1

	тыс. руб.						
8	Рентабельность продаж, %	7,2	2,4	0,9	-66,7	-62,5	-87,5
9	Рентабельность услуг, %	13,6	15,2	17,1	11,8	12,5	25,7
10	Рентабельность предприятия, %	41,9	2,5	0,05	-94	-98	-99,9

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.2 - Основные показатели ликвидности ООО «Престиж»

№	Показатель	Нормальное ограничение	2013	2014	2015
1	Коэффициент общей платежеспособности	≥ 2	1,3	2,2	1,2
2	Коэффициент текущей ликвидности	1-2	1,3	3,1	1,2
3	Коэффициент быстрой ликвидности	≥ 1	1,1	2,4	0,5
4	Коэффициент абсолютной ликвидности	> 0,2-0,5	0,04	0,09	0,03

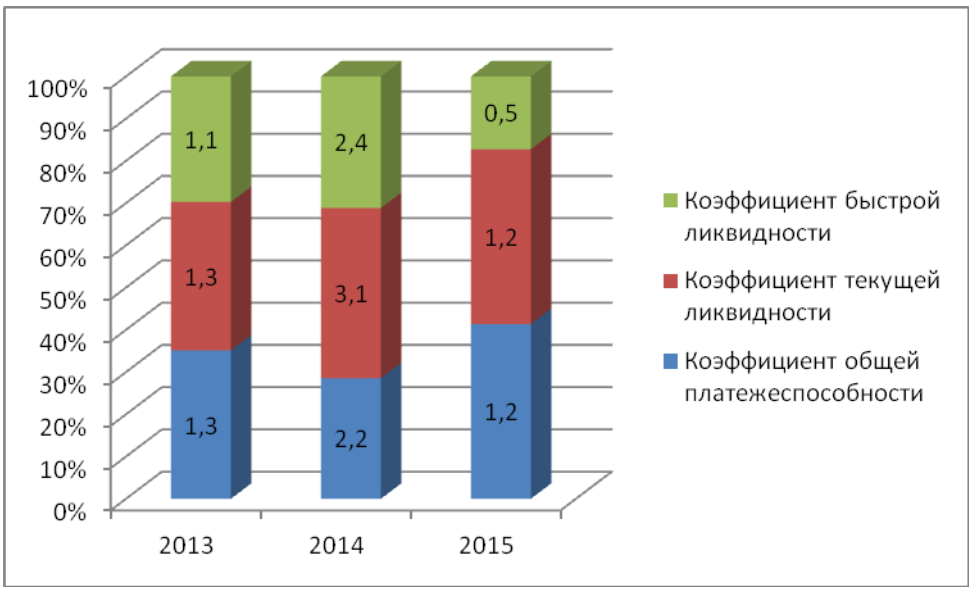

Рисунок Б.1 – Динамика показателей за 2013 – 2015 гг., %

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Бухгалтерский баланс

на	31 декабря	20	15	г.	Коды
Форма по ОКУД					0710001
Дата (число, месяц, год)					30 12 2014
Организация ООО «Престиж»				по ОКПО	51828731
Идентификационный номер налогоплательщика				ИНН	6660132452
Вид экономической деятельности				По ОКВЭД	50.30.1
Организационно-правовая форма/форма собственности					65 16
Общество с ограниченной ответственностью/Частная собственность				по ОКОПФ/ОКФС	
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)				по ОКЕИ	384 (385)

Местонахождение (адрес)

Актив/Пассив	Код строки	На 31.12.2015	На 31.12.2014	На 31.12.2013
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Основные средства	1150	1469	312	186
Итого по разделу I	1100	1469	312	186
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	154559	15831	8659
Дебиторская задолженность	1230	112578	47778	42889
Финансовые вложения	1240	1765	1765	770
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	4831	167	888
Прочие оборотные активы	1260	3173		
Итого по разделу II	1200	276906	65541	53206
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ 6				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	40779	36462	11510
Итого по разделу III	1300	40789	36472	11520
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410		8300	
Итого по разделу IV	1400		8300	
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510	30945	6842	
Кредиторская задолженность	1520	206641	14239	41872
Итого по разделу V	1500	237586	21081	41872
БАЛАНС	1700	278375	65853	53392

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Таблица Г.3 - Отчет о финансовых результатах организации ООО «Престиж» за январь – декабрь 2015 г.

Наименование показателя	Код	За январь - декабрь 2015 г	За январь-декабрь 2014 г
Выручка	2110	452 179	747 484
Себестоимость продаж	2120	386 080	649 132
Валовая прибыль (убыток)	2100	66 099	98 352
Коммерческие расходы	2210	10 022	22 655
Управленческие расходы	2220	51 949	57 436
Прибыль (убыток) от продаж	2200	4128	18261
Прочие расходы	2350	3940	12944
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	188	5317
Текущий налог на прибыль	2410	38	1000
Чистая прибыль (убыток)	2400	150	4317