

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**Моделирование развития малого предприятия
(на примере ООО «Ассет»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента(ки) 5 курса 561 группы
направления 38.03.01 «Экономика» профиль «Экономика
предпринимательства» экономического факультета
Плуталовой Анастасии Владимировны

Научный руководитель

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

О.Ю. Челнокова

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

Е.В. Огурцова

инициалы, фамилия

Саратов 2017 год

Введение В рыночной экономике предпринимательство играет огромную роль. Предпринимательство влияет на экономический рост, способствует разработке и внедрению новых технологий, обеспечивает занятость населения, оказывает воздействие на социальную и политическую сферы жизни общества. Предпринимательская деятельность разделяется по своим размерам. Принято выделять крупный, средний и малый бизнес. В дипломной работе будет рассматриваться непосредственно малый бизнес. Малые предприятия являются неотъемлемой частью экономики. Без них рыночная хозяйственная система любого государства не сможет существовать, развиваться, совершенствоваться. Исходя из этого, решение проблем развития предпринимательства на сегодняшний день является актуальной задачей. Правильное решение этих проблем благоприятно скажется на эффективности предпринимательской деятельности и экономики страны в целом.

Цель данной дипломной работы: построить модель развития малого предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. изучить понятие малого предприятия в экономике;
2. выявить факторы развития малых предприятий в экономике;
3. проанализировать динамику развития малого предпринимательства в экономике России;
4. построить модель развития малого предприятия (на примере ООО «Ассет»);
5. выявить проблемы развития ООО «Ассет» и предложить пути их решения.

Объектом исследования является малое предприятие. Предмет исследования – экономические отношения, возникающие в результате развития малого предприятия.

Основным материалом исследования в данной работе являются показатели развития малого предпринимательства в РФ, полученные на официальном

сайте Федеральной службы государственной статистики. Практическая часть выполнена на основе материалов, предоставленных малым предприятием ООО «Ассет». Сюда входят бухгалтерские балансы, отчеты о прибылях и убытках, среднесписочная численность сотрудников за 2010-2016гг.

Выпускная квалификационная работа состоит из двух глав. Первая глава называется «Социально-экономическое содержание малого предприятия». Она носит теоретический характер: в ней раскрываются понятие малого предприятия, его положительные и отрицательные стороны, рассматриваются факторы, влияющие на малое предприятие, а так же изучается динамика развития малого предпринимательства в экономике России.

Вторая глава называется «Анализ развития малого предприятия в экономике России (на примере ООО «Ассет»)». Она носит практический характер. В ней приводится характеристика малого предприятия ООО «Ассет», рассматриваются проблемы развития малого предприятия ООО «Ассет», приводится модель развития ООО «Ассет».

Основное содержание работы Малое предприятие – это предприятие, доход которого не превышает 800 млн. руб.; среднесписочная численность работников не превышает 100 человек; оно образовано одним из перечисленных способов: регистрация нового предприятия, покупка предприятия, франчайзинг; основной целью малого предприятия является получение прибыли и самореализация^{1,2}.

У малого предприятия есть положительные стороны: относительно низкий размер стартового капитала; малые предприятия способны решать проблемы реструктуризации экономики; гибкость структуры; новаторство; простота в

¹ Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209–ФЗ. Статья 4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. – КонсультантПлюс. – (Дата обращения: 30.01.2017).

² Постановление Правительства Российской Федерации от 4 апреля 2016 г. N 265 г. Москва «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. – КонсультантПлюс. – (Дата обращения: 30.01.2017).

управлении; быстрый процесс принятия решений; качество сервиса. К недостаткам можно отнести: ограниченность финансовых средств; угроза со стороны крупных фирм; лицензии и разрешения; операционные издержки; кризисы; угроза поглощения; недоверие банков^{3,4}.

Устойчивое развитие предприятия формируется в результате воздействия на него различных факторов. Факторы можно разделить на внешние и внутренние. К внешним факторам относятся: национальное законодательство, ресурсное обеспечение, предприятия-партнеры, предприятия-конкуренты, потребители, органы государственной власти, экономическая ситуация, научно-технический прогресс. К внутренним факторам относятся: производство, менеджмент, финансы, организационная структура, персонал, НИОКР⁵.

С 2012 года состояние малого бизнеса в России постепенно ухудшалось. Это можно определить из представленных данных: количество предприятий, среднесписочная численность работников, оборот предприятий. Особенно на развитие малого предпринимательства сказался кризис 2016 года, в котором произошло резкое снижение рождаемости предприятий на фоне сильного роста ликвидации предприятий. Из этих показателей можно заключить следующее: сектор малого бизнеса в России имеет недостаточно собственных сил для устойчивого развития, отсутствует должная поддержка со стороны государства. Высокие налоговые ставки, отчисление в бюджет, недостаточное внимание со стороны государства к специфике малого предпринимательства приводит к сокращению количества малых предприятий и к их переходу в теневую экономику⁶.

³ Дулова, А.В. Малое предпринимательство: понятие и место в экономике страны / А.В. Дулова // Sci-article – 2015. – №27. — С. 28–32.

⁴ Завгородний, А.Ф. Актуальность развития малого и среднего предпринимательства в России / А.Ф. Завгородний, Р.Г. Степанова // Символ науки. 2016. №3–1. С. 70–72.

⁵ Зингер, О.А. Факторы, влияющие на устойчивое развитие промышленных предприятий / О.А. Зингер, А.В. Ильясова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1–1.

⁶ Составлено автором по данным Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. – (Дата обращения: 30.11.2016).

В работе исследуется предприятие ООО «Ассет», которое является малым. ООО «Ассет» производит и продает товары и услуги на рынке производства и продажи сельхозпродукции, продуктов переработки и продуктов питания в секторе B2B (бизнес для бизнеса). Вот некоторые из товаров и услуг производимых в ООО «Ассет»: подписка на газету «Агроновости», публикация объявлений в газете «Агроновости», размещение рекламных объявлений на сайтах agroexchange.ru и agro-bursa.ru, адмиссия к agro-bursa.ru.

В работе рассматриваются показатели деятельности ООО «Ассет» за 2010-2016гг. На протяжении данного периода происходило снижение основных показателей доходности малого предприятия ООО «Ассет», что связано с изменением направления стратегии предприятия. В 2015-2016гг на первый план вышла разработка и продвижение нового сайта agroexchange.ru – интернет-площадки объявлений. Новый сайт создавался с целью упрощения покупки товаров и услуг ООО «Ассет», в частности размещения объявлений на сайтах и в газете «АгроНовости». Так же на сайте agroexchange.ru был создан личный кабинет для покупателей, где каждый зарегистрировавшийся может выписывать и оплачивать новые счета, отслеживать историю своих покупок, проверить баланс, что важно для юридических лиц.

Так же снижение показателей доходности связано с экономической ситуацией в стране, которая сильно отразилась на покупателях ООО «Ассет». Сюда можно отнести как кризис, так и введение санкций и антисанкций.

Развитием интернет технологий так же оказало свое влияние. При общем снижении экономической активности в стране, а также снижении доверия к услугам доставки печатных изданий ФГУП «Почта России» снизился спрос на подписку в печатном виде на газету «АгроНовости». На фоне этого стал возрастать спрос на подписку в электронном виде, который несколько дешевле, поскольку не включает в себя печать и почтовую отправку газеты, а так же на отдельные номера газеты «АгроНовости» в электронном виде (pdf файл) и адмиссию к agro-bursa.ru. За 2016 год в ООО «Ассет» появились один новый товар (газета «АгроНовости» pdf файл) и одна новая услуга (адмиссия к agro-bursa.ru).

bursa.ru). Появление новых товаров и услуг подразумевает разработку новой стратегии продаж и менеджмента с учетом анализа поведения покупателей и их реакции на новые товары и услуги. Фактически выбор стратегии предприятия необходимо свести к решению четырех принципиальных вопросов: "Что продавать?", "Кому продавать?", "Где продавать?" и "Как продавать?" по каждому товару и услуги.

На каждом отдельном предприятии возникают свои проблемы развития, они зависят от различных факторов. Для ООО «Ассет» были выделены следующие проблемы развития: фирмы монополисты; частые изменения в законодательстве; уровень экономической, юридической и общей грамотности новых сотрудников; программное обеспечение, используемое на ООО «Ассет»; развитие интернет-технологий; экономическая ситуация в стране.

Фирма «1С» и ФГУП «Почта России» – это основные фирмы монополисты, с которыми приходится работать ООО «Ассет». В основном их влияние оказывается негативным. Программа для ведения бухгалтерии 1С насчитывает множество недостатков, которые затрудняют ведение бухгалтерии на предприятии и отнимают много временных ресурсов. ФГУП «Почта России» является монополистом в сфере почтовых услуг. К недостаткам ФГУП «Почта России» можно отнести некомпетентность сотрудников, отсутствие у них элементарных знаний бухгалтерии и законодательства. В сельской местности очень часто приходится сталкиваться со спекуляциями различной природы, начиная с отсутствия минимальных компетенций почтальона, заканчивая родом личностных отношений между почтальоном и подписчиком «Агроновостей».

Постоянно изменяющееся законодательство, особенно в области бухгалтерского и налогового учета, негативно сказывается на развитии предприятия. Одна из основных целей изменения законодательства – это приведение отчетности к международным стандартам. Однако, изменения в законодательстве требуют временных затрат предприятия на адаптацию к ним.

Отсутствие компетентных сотрудников на трудовом рынке так же тормозит развитие предприятия. Низкий уровень знаний персонала зависит от

многих факторов: личностные качества сотрудника, его природные данные, уровень образования. Большинство образовательных учреждений дают теоретическую базу знаний и не подкрепляют ее практикой, в результате чего, выпускники оказываются оторваны от реальности. При поступлении на работу сотрудников приходится многому обучать, так как отсутствуют самые элементарные навыки работы на предприятии, начиная с работы на калькуляторе, заканчивая базовыми знаниями экономики, юриспруденции и гражданского права.

Внешняя и внутренняя экономическая ситуация в стране негативно сказалась на спросе покупателей товаров и услуг ООО «Ассет». Основная часть покупателей – это производители сельхозпродукции. Первоначально, экспорт увеличивался на фоне снижения курса рубля, но после его укрепления, экспорт снизился. Так же на снижение экспорта повлияли санкции и антисанкции. В результате чего многим предприятиям пришлось останавливать свою работу, а многие вообще закрылись. Естественно снизились покупательские способности и спрос.

Для определения дальнейшего развития малого предприятия ООО «Ассет» необходимо построить математическую модель. В работе были получены регрессионные уравнения для таких показателей развития предприятия как рентабельность производства (1), рентабельность продаж (2), рентабельность персонала (3). В общем случае рентабельность показывает эффективности использования какого-либо ресурса предприятия.

$$ROP = 4,603 + 0,067 * SP - 0,008 * PC + 1,48 * P + \varepsilon, (1)$$

$$ROS = 6,617 + 0,029 * SP + 0,018 * OP - 0,02 * PC + 0,89 * P + \varepsilon, (2)$$

$$ROL = -2783,53 + 145,328 * P + 17,4 * EBT + 1.303 * PC + \varepsilon, (3)$$

Анализируя полученные уравнения, можно отметить, что увеличение себестоимости выпускаемой продукции снижает такие показатели как рентабельность производства и рентабельность продаж, поскольку включает в

себя затраты на производство. Чем выше затраты на производство при неизменности остальных показателей и факторов, тем ниже рентабельность производства. На рентабельность персонала себестоимость оказывает противоположное влияние: при увеличении себестоимости происходит увеличение рентабельности персонала. Это можно объяснить тем, что себестоимость включает в себя затраты на персонал. В таком случае увеличение себестоимости может говорить о расширении штата, улучшения рабочего места сотрудника, увеличение заработной платы и так далее.

Численность персонала оказывает большое влияние на все рассмотренные виды рентабельности. Причем значение рентабельностей растет с ростом количества сотрудников. На предприятии ООО «Ассет» это можно объяснить тем, что был достаточно большой отдел продаж. Видно, что рентабельность персонала снизилась к 2016 году. Это произошло потому, что в ООО «Ассет» была изменена стратегия продвижения, менеджмента. На протяжении 2016 года разрабатывался новый сайт для продажи товаров и услуг в ООО «Ассет», поэтому количество сотрудников в отделе продаж сократилось, но несколько возросло количество программистов в организации. Естественно, это не говорит о том, что можно увеличивать штат до бесконечности. У всего есть свой предел. Необходимо провести такую стратегию на предприятии ООО «Ассет», которая позволит максимально увеличить положительное влияние количества сотрудников, при этом нужно соблюсти баланс, например, между отделом продаж и отделом программистов.

По построенным уравнениям можно составить некоторые рекомендации дальнейшей стратегии предприятия.

В первую очередь это расширение отдела продаж, грамотное ведение управления персоналом. Естественно, это не говорит о том, что можно увеличивать штат до бесконечности. У всего есть свой предел. Необходимо провести такую стратегию в ООО «Ассет», которая позволит максимально увеличить положительное влияние количества сотрудников, при этом нужно соблюсти баланс, например, между отделом продаж и отделом программистов.

Развить правильную стратегию продвижения товаров и услуг на рынке. Эти действия приведут к росту продаж, соответственно и к росту прибыли от продажи товаров и услуг. Соответственно рентабельность производства и продаж вырастет вместе с ростом рентабельности персонала. Для снижения себестоимости товаров и услуг нужно снизить издержки на их производство, например печать газеты, отправка газеты, аренда помещения и так далее.

Заключение Малые предприятия играют важную роль в экономике страны. С развитием малого предпринимательства, страна развивается изнутри. Именно поэтому исследование развития малых предприятий на сегодняшний день является актуальной задачей.

Предприятие считается малым, если среднесписочная численность его сотрудников не превышает 100 человек, годовой доход не превышает 800 млн. руб., оно образовано регистрацией нового предприятия, покупкой готового бизнеса или покупкой франчайзинга. Важной задачей на предприятии является получение, приумножение прибыли, а также воплощение в жизнь свои идеи, желание принести пользу обществу.

На развитие предприятия влияет множество различных факторов, которые делятся на внешние и внутренние. Тип факторов, сила и направление их воздействия обусловлены размером предприятия, родом его деятельности, отраслью, в которой оно развивается, масштабом его деятельности и так далее.

На данный момент ухудшение экономической ситуации в стране негативно отразилось на малых предприятиях в целом. За 2016 год сильно ухудшились демографические показатели малого предпринимательства: коэффициент ликвидации сильно превышает коэффициент рождаемости предприятий. На фоне спада экономической ситуации в стране сократилось кредитование малого бизнеса: увеличилось количество отказов в кредитах, увеличилась кредитная ставка. Снижение количества малых предприятий объясняется тем, что сектор малого предпринимательства в России

недостаточно развит, со стороны государства отсутствует должная поддержка, а экономика страны находится в состоянии кризиса.

ООО «Ассет» является малым предприятие: по данным 2010-2016гг. среднесписочная численности сотрудников не превышает 100 человек, годовой доход не превышает 800 млн. руб., оно образовано путем регистрации нового предприятия. Основная деятельность ООО «Ассет» связана с изданием газеты «Агроновости» и предоставлением услуг размещения рекламы. Миссия ООО «Ассет»: обеспечить качественной информацией руководителей, менеджеров, творческих профессионалов, педагогов, студентов на рынке сельскохозяйственной продукции и продуктов питания.

В работе было выявлено, что наибольшее влияние на развитие ООО «Ассет» оказывают действие уровень компетентности сотрудников, ПО, используемое на предприятии, качество и стоимость услуг поставщиков, экономическая ситуация в стране, развитие технологий в мире. На основе этого и построенных регрессионных уравнений в ходе работы были составлены следующие рекомендации для ООО «Ассет».

1. Составление основных принципов организации. Основные принципы организации позволяют достичь однозначного понимания целей и задач, стоящих перед предприятием и каждым из его сотрудников.
2. Расширение штата сотрудников.
3. Смена программного обеспечения, используемого в ООО «Ассет».
4. Определение маркетинговой стратегии. ООО «Ассет» выпускает 3 товара и предоставляет 7 видов услуг. По меркам маркетинга это большое количество для одного предприятия. Поэтому стратегия продвижения товаров и услуг должна быть хорошо продумана. Фактически выбор стратегии предприятия необходимо свести к решению четырех принципиальных вопросов: "Что продавать?", "Кому продавать?", "Где продавать?" и "Как продавать?" по каждому товару и услуги.

5. Закрытие подписки на газету «Агроновости» в печатном виде. Этот шаг позволит сократить издержки связанные с печатью газеты и ее отправкой.