

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

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Обеспечение устойчивости бизнеса в современной России

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 3 курса 311 группы
направления 38.04.01 Экономика
профиль «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Борисовой Викторией Сергеевны

Научный руководитель

д.э.н., профессор _____ Т.И. Трубицына

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент _____ Е.В. Огурцова

Саратов 2019 год

Введение. Результаты мирового экономического кризиса и, как следствие, российского, оказали существенное отрицательное влияние на состояние экономики России в целом, и на каждое предприятие, в отдельности. Следовательно, все эти события показали несостоятельность используемых методов управления экономикой в России.

И тогда возникает вопрос альтернативы управлению бизнесом по принципу статики. Именно в этот момент вполне логичен острейший интерес как со стороны государства, так и со стороны собственников бизнеса, к изучению понятия «устойчивое развитие предпринимательства» и применению концепций на практике. Каждому управленцу необходимо задуматься о том, что равновесное состояние его бизнеса – это не бесконечный итог каких-либо оптимизирующих действий прошедшего времени. Следовательно, управление бизнесом должно регламентироваться выработанной стратегией устойчивого развития, как превентивной мерой для недопущения спада и разорения.

Проблемы обеспечения экономической устойчивости хозяйственных систем, экономического развития и роста нашли отражения в трудах отечественных ученых Л. Абалкина, И. Алешина, А. Бородина, В. Мау, А. Спицина, Б.Б. Хрусталева, С.А. Баронина и др. Вопросам, связанным с экономической устойчивостью посвящена работа Л.Р. Туктаровой, в которой рассматривается хозяйственная устойчивость предприятия, как комплекс свойств всех областей деятельности предприятия с учетом их взаимодействия, сложившегося под влиянием системы факторов внутренней и внешней сред и определяющего перспективы развития предприятия. Хозяйственная устойчивость, по мнению Л.Р. Туктаровой, является комплексным понятием и характеризуется целым блоком показателей, отражающих наличие и размещение средств, реальные и потенциальные экономические, организационные, производственные возможности.

Цель данного исследования состоит в изучении вопросов устойчивого развития бизнеса, природой его определения, историческими и научными подходами. В работе будет рассмотрен зарубежный и российский опыт в изучении термина «устойчивое развитие», приведены примеры концепций, выявлены проблемы, в том числе, и в российской экономике.

Исходя из выявленных проблем на предприятии ООО «Триола» поставлены следующие задачи исследования:

- рассмотреть концепции устойчивого развития предпринимательских структур;
- проанализировать факторы, влияющие на устойчивость бизнеса в современной России;
- охарактеризовать условия формирования устойчивости малого бизнеса в современной России;
- провести анализ экономических путей усиления устойчивости бизнеса ООО «Триола»;
- определить финансовые способы развития ООО «Триола»;
- исследовать направления диверсификация ассортимента магазина «Триола», как обеспечение устойчивого развития.

Теоретической основой исследования послужили фундаментальные концепции, представленные в классических и современных трудах отечественных и зарубежных ученых, материалах научных конференций, симпозиумов и т.п., а также дисперсионный анализ и уравнение парной регрессии, табличные и графические данные.

Информационную базу составили: официальные отчетные документы предприятия ООО «Триола» - «Отчет о финансовых результатах за 2017 год», «Отчет о финансовых результатах за 2018 год», «Бухгалтерский баланс», маркетинговые исследования, предоставленные менеджментом предприятия, опрос сотрудников ООО «Триола», собственные наблюдения.

Основное содержание работы. В первой главе выпускной квалифицированной работы дано определение устойчивости бизнеса, рассмотрены основные концепции устойчивого развития предпринимательских структур, установлены факторы, влияющие на устойчивость малого бизнеса в современной России. А также изучены Условия формирования устойчивости малого бизнеса в современной России.

Истоки желания понять и сформулировать термин «устойчивое развитие предпринимательства» берут свое начало в 19 веке. Основатель школы маржинализма в Америке, колумбийский профессор Джон Бейтс Кларк (1847-1938) в одном из своих научных трудов разделил изучение экономики на три направления:

- универсальная экономика;
- социально-экономическая статика;
- социально-экономическая динамика.

Чуть позже проблемой объяснения природы термина «устойчивое развитие» с экономической точки зрения озаботился Йозеф Шумпетер (1883 - 1950), австрийский экономист и социолог.

В начале 1960-х гг. все больше людей начинает осознавать тесную связь между социально-экономическим развитием и состоянием окружающей среды. Задуматься об этом многих заставила книга «Безмолвная весна» американского биолога Рейчел Карсон (1907-1964), в которой она забила тревогу по поводу применения пестицидов.

По всему миру начали создаваться различные сообщества по охране окружающей среды. В 1983-й год сформировалась Всемирная комиссия по окружающей среде и развитию, которую возглавила норвежский общественный деятель, премьер-министр Норвегии Гро Харлем Брундтланд.

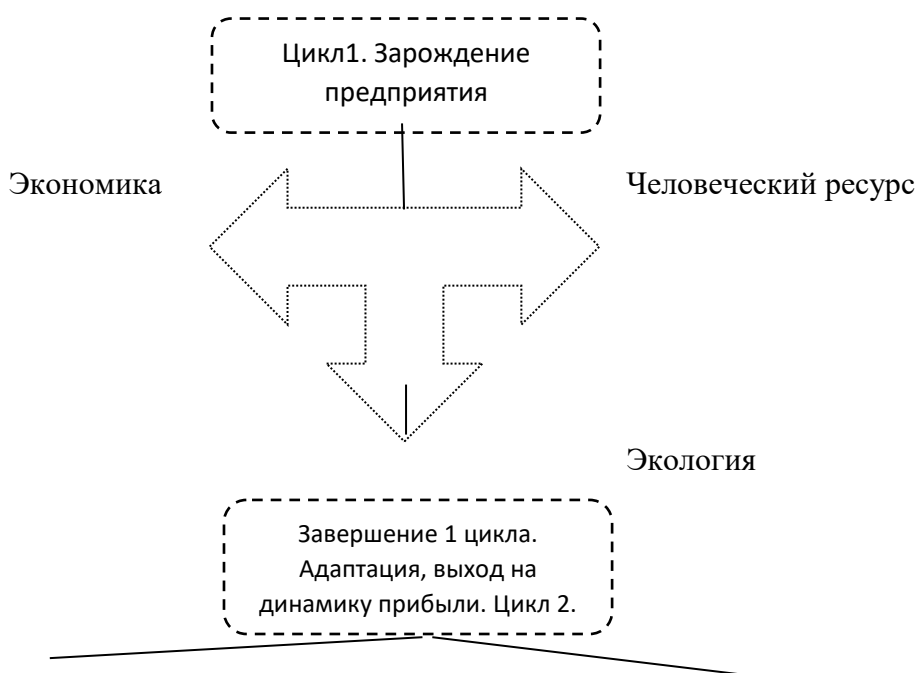
В 1987 году Генеральной Ассамблеей ООН было сделано заявление, провозгласившее, что наиболее важная проблема, стоящая перед мировым сообществом – это обеспечение устойчивого развития человечества во всех аспектах, но обязательно в чистом экологически ключе. В 1990-ом году

в Канаде был создан Международный институт устойчивого развития. В этот же период формально принят как добровольный международный стандарт корпоративного экологического менеджмента ИСО 14001 (ISO 14001).

Таким образом, изучив многообразие концепций понятия «устойчивое экономическое развитие», в заключение раздела, для себя автор работы сформировал собственную концепцию.

Итак, авторская концепция устойчивого развития предприятия представляет собой совокупность всех перечисленных условий – экономических, социальных, экологических, носит при этом циклический характер происходящих процессов, обязательно с положительным результатом в конце каждого цикла, и носит недетерминированный характер, то есть построена на теории вероятностей.

Для наглядности обобщу свою концепцию графически на рисунке 1



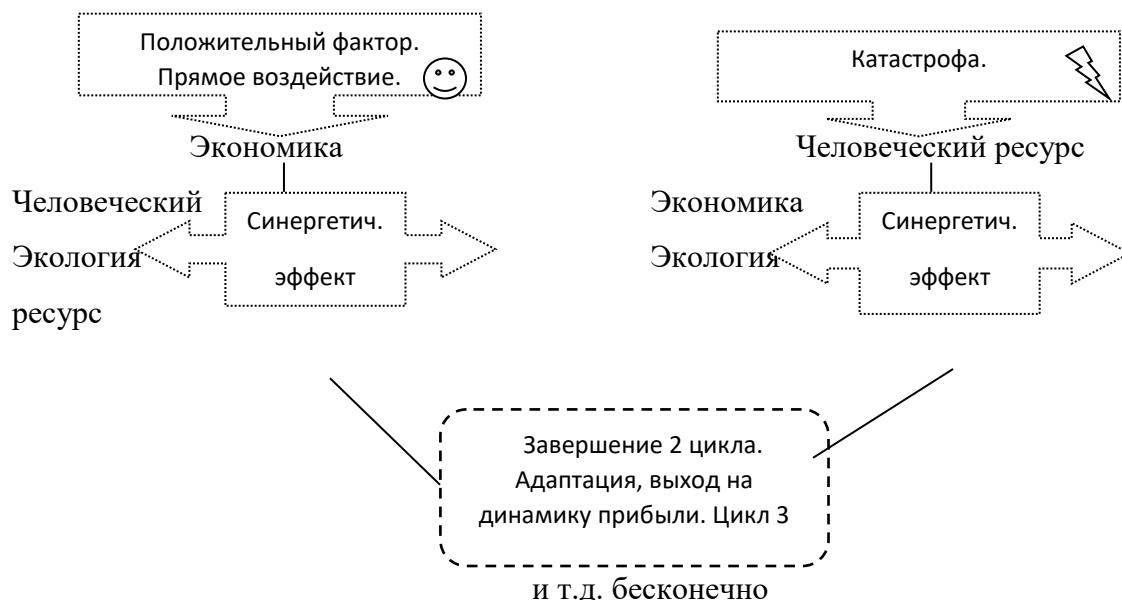


Рисунок 1 - Авторская концепция устойчивого развития предприятия¹

Проведен SWOT-анализ факторов, влияющих на развитие малого бизнеса в России и визуализируем его в виде таблицы 5:

Таким образом, из анализа следует, что любой малый бизнес при определенных условиях может стать крупным и масштабным, но может и быстро разориться.

Таблица 5- SWOT-анализ факторов, влияющих на развитие малого бизнеса в

Сильные стороны малого бизнеса	Слабые стороны малого бизнеса	Возможности малого бизнеса	Угрозы существованию малого бизнеса
Небольшой стартовый капитал	Ограниченный (локально) рынок	Рост до уровня «большого» бизнеса	Быстрота полного разорения
Гибкость	Высокая зависимость от превратностей конъюнктуры	Прочная ниша на «своем» рынке	Легкость проникновения конкурента в эту нишу
Самостоятельность	Отсутствие влиятельной организационной и финансовой поддержки	Возможность получения финансовой поддержки на гос. уровне	Невозможность получить гос.поддержку
Наличие неосвоенных территорий	Отсутствие инфраструктуры для развития	Поддержка со стороны государства в освоении	Неучтенная специфика территории развития

¹ Схема разработана автором на основе изысканий касательно тематики работы

РФ².

Со своими идеями, в силу гибкости и мобильности, можно внедриться в определенную нишу рынка, однако, есть риск вытеснения бизнеса из этой ниши конкурентами более высокого уровня.

Собственник малого бизнеса в рамках бизнеса является самостоятельным в принятии решений по развитию, но нуждается во внешней поддержке, которую может оказать государство. Однако, существуют трудности в получении поддержки в связи, например, с невозможностью доказать актуальность бизнес-плана, привести в соответствие документацию, не отвечать каким-либо условиям оказания государственной поддержки.

Наличие неосвоенных территорий Российской Федерации и поддержка государства дают «зеленый свет» для развития малого бизнеса. Однако, неразвитая инфраструктура в местах освоения может тормозить темпы.

Недостаточный мониторинг предпринимателем условий территории, предполагаемой для освоения, может поставить под угрозу реализацию бизнес-плана.

Условия для формирования малого бизнеса и, в частности, торговли, как в России в целом, так и в Саратовской области, созданы по различным направлениям внутренних и внешних факторов.

Наиболее важна роль государственной поддержки, которой необходимо научиться рационально пользоваться субъектам малого бизнеса. Развитие технологий также способствует развитию малого бизнеса, позволяет, при неимении достаточного количества торговых площадей, осваивать, тем не менее новые территории торговли посредством торговых площадок в интернете.

Региональные власти также вносят свой вклад в поддержку малого бизнеса посредством разработки и внедрения местных программ финансовой и организационной поддержки.

² Таблица составлена автором на основе исследований, проведенных в рамках работы

В Саратове и Саратовской области существуют проблемы развития малого предпринимательства, темпы роста оборотов не настолько высоки, как могли бы быть, однако, местные органы власти создают условия для развития внутри региона и даже выходят на международный уровень.

Вторая глава выпускной квалификационной работы посвящена практическому рассмотрению устойчивости бизнеса. А именно выделению экономических путей усиления устойчивости на предприятии ООО «Триола», раскрытию финансовых способов развития ООО «Триола», и стратегии повышения устойчивости за счет диверсификации ассортимента магазина «Триола». Кроме вышеперечисленного, в работе произведен эконометрический анализ показателей, влияющих на повышение устойчивости бизнеса.

С точки зрения экономических путей усиления устойчивости бизнеса в этой главе будут рассмотрены:

- I.** Взаимодействие с поставщиками, контрагентами (вес в таблице – 0,6);
- II.** Увеличение количества постоянных покупателей (вес 0,6);
- III.** Диверсификация (расширение) ассортимента магазина (вес 0,75);

I. Ключевыми факторами успеха для данной отрасли являются наличие тесных связей с поставщиками качественной продукции согласно ассортименту магазина и оборудования для торгового зала.

Как ответ на потенциальную угрозу – снижение платежеспособности поставщиков, предложим пути реагирования, проанализировав сложившуюся базу контрагентов.

Чтобы нивелировать негативное влияние зависимости от единственного поставщика, мы можем принять следующие меры:

1. Распределить 80% объема равномерно между 3-4 крупными оптовиками. Таким образом, при срыве поставки одной компании, остальные смогут на себя оперативно взять дополнительные объемы поставок.
2. Предполагая, что при равномерном распределении закупок существующие объемы у основных поставщиков снизятся, мы рискуем потерять размер

скидок на товар.

II. Экономические меры по увеличению количества постоянных покупателей должны быть распределены между службой Back-office – Коммерческой службой и Front-office.

Для повышения лояльности покупателя предлагается установить в торговом зале 2-е кассы самообслуживания. Повышение уровня лояльности покупателей поможет нам преодолеть влияние угрозы появления конкурентов в квадрате охвата.

Экономические решения по диверсификации ассортимента магазина будут состоять в следующем:

Для Back-office – маркетолог разрабатывает систему анкетирования покупателей для определения потребностей фокус-групп. Коммерческая служба анализирует полученные данные, делает выводы о возможности их реализации, учитывая внешние и внутренние факторы.

Магазин является прибыльным, динамика размера выручки и прибыли положительна. Расходы увеличиваются соразмерно с увеличением доходов. Себестоимость продаж в 2018 году уменьшилась по сравнению с 2017 годом при сохранении роста выручки, что говорит о том, что идет постепенная оптимизация работы с поставщиками.

Однако, есть возможности и резервы для более динамичного увеличения выручки, что можно достигнуть увеличением оборотов и снижением себестоимости.

Для полноты анализа проведем эконометрический анализ в программном пакете Gretl. Определим в качестве значимого показателя показатель роста выручки предприятия, структуру баланса, а значит, отвечает стратегии устойчивого развития предприятия.

в качестве переменных:

1. Выручка, руб./день (Y) (зависимая переменная);
2. Средний чек магазина, руб./1 чел. (X1);
3. Среднее число посетителей за день, чел. /день (X2).

Из анализа по методу Gretl можно сделать вывод, что главное внимание необходимо уделить не увеличению стоимости среднего чека, что принесет нам прирост дневной выручки всего на 448 рублей, а привлечению дополнительных покупателей, в том числе, постоянных, что увеличит дневную выручку на 849 рублей.

Одним из способов привлечения покупателей является увеличение (диверсификация) ассортимента продукции, о чем будет подробно изложено в следующем параграфе.

Таким образом, было проанализировано финансовое состояние ООО «Триола», которое в результате анализа охарактеризовано как устойчивое. Однако, в отношении отдельных показателей обнаружен потенциал в их оптимизации.

В результате анализа, определен фактор, оптимизацию показателя которого необходимо прежде всего использовать для увеличения выручки и повышения оборачиваемости средств предприятия – фактор количества посетителей. В результате предложено подробно рассмотреть в следующей главе один из способов повышения количества покупателей – диверсификацию товарного ассортимента магазина.

Предлагаемое решение – расширить ассортимент полки диетического питания, которая присутствует в магазине, однако, недостаточной глубины позиций для удовлетворения нашего нового потенциального потребителя.

Необходимо добавить следующую группу товаров:

- урбеч в ассортименте;
- арахисовые пасты высокого качества;
- нестандартные крупы (полба, пшеница, кукуруза, булгур, киноа, толокно, нут).
- отруби, клетчатка;
- нестандартная мука (рисовая, кукурузная, из мякоти тыквы, нутовая, миндальная, льняная, мука из амаранта, гречневая);
- натуральные сладости (диетические, без добавления сахара);

- органические сиропы.

Таким образом, мы разнообразим ассортимент и такой группы как бакалея.

Для покупателя средней продуктовой корзины данный ассортимент может быть не столь неинтересен из-за необходимости, прежде всего, обеспечить семью основными продуктами. Но рассматриваемыми участниками сегмента, при наличии карманных денег и отсутствии финансовых семейных обязательств, а также, учитывая тренд ЗОЖ, будет востребован достаточно высоко.

Все предложенные мероприятия возможно внедрить уже в текущем режиме, учитывая постоянный свободный остаток денежных средств на счетах магазина и необходимость их рационального использования.

Заключение. Проведенный комплексный анализ предприятия розничной торговли магазина-супермаркета «Триола» позволил нам выявить сильные и слабые стороны магазина и предложить стратегию устойчивого развития.

Стратегия включает в себя следующие задачи:

- удержать предприятие на текущей стадии жизненного роста – стадии «Зрелость»;
- обеспечить переход предприятия в стадию «Роста».

Таким образом, в дипломной работе были рассмотрены пути усиления устойчивости предприятия, среди которых особое внимание уделялось следующим факторам:

1. Работа с поставщиками продукции – мера, снижающая зависимость от поставщика. В рамках этого критерия было предложено равномерно распределить объемы между поставщиками-оптовиками.

2. Увеличение числа постоянных покупателей. Эта мера необходима для предотвращения угрозы появления сильных конкурентов. В рамках этого критерия было предложено усовершенствовать систему скидок и бонусов

магазина, а также, установить кассы самообслуживания во избежание очередей в целях повышения лояльности покупателя.

3. Оздоровление финансового учета предприятия. Предложено улучшить структуру баланса путем обратного соотношения внеоборотных и оборотных активов по сравнению с текущим положением, обеспечить минимальный остаток денежных средств на счетах, уменьшить кредиторскую задолженность.

4. Диверсификация ассортимента для привлечения новых покупателей. Мера необходима для увеличения выручки, а, следовательно, оборота предприятия.

Предложена стратегия завоевания новой аудитории путем расширения ассортимента популярными у потенциальных покупателей продуктами. Предложенная инновационная для магазина продукция эффективна тем, что воздействует не только точно на определенную фокус-группу, но и на остальные сегменты группы покупателей.

Таким образом, выработанная стратегия отвечает задачам дипломной работы по обеспечению устойчивости развития исследуемой бизнес-единицы и выполнима в ближайшей перспективе. Стратегия развития не требует больших финансовых вложений, однако, способствует повышению динамики развития магазина.