

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления бизнес-процессами и экономики

Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой

_____ Г. Ф. Каячев

(подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 – Менеджмент

Совершенствование деятельности предприятия малого бизнеса
на примере ООО «Мир строительных технологий»

Руководитель

подпись, дата

доц. каф. ЭУБП,

канд. филос. наук

Н. П. Гуляева

Выпускник

подпись, дата

Л. Ш. Набиева

Красноярск 2016

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме «Совершенствование деятельности предприятия малого бизнеса на примере ООО «Мир строительных технологий»».

Консультанты по
разделам:

1 Теоретические аспекты исследования
особенностей функционирования предприятия
малого бизнеса

подпись, дата

Н. П. Гуляева

2 Анализ деятельности предприятия
ООО «Мир строительных технологий»

подпись, дата

Н. П. Гуляева

3 Направления совершенствования
деятельности предприятия малого бизнеса
ООО «Мир строительных технологий»

подпись, дата

Н. П. Гуляева

Нормоконтролер

подпись, дата

Э. В. Савина

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления бизнес-процессами и экономики

Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Г. Ф. Каячев
(подпись)
« ____ » _____ 20 ____ г

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы**

Студенту(ке) Набиевой Лайли Шамсудиновне

Группа ПЭ11-06Б ГИА Направление 38.03.02 «Менеджмент»

Тема выпускной квалификационной работы: Совершенствование деятельности предприятия малого бизнеса на примере ООО «Мир строительных технологий»

Утверждена приказом по университету – 8569/с от 20.06.2016 г.

Руководитель ВКР – Н. П. Гуляева, канд. филос. наук, доцент кафедры «Экономика и управление бизнес-процессами» ИУБПЭ СФУ

Исходные данные для ВКР:

- внутренняя отчетность ООО «Мир строительных технологий» за 2012 – 2015 гг.;
- информация электронных баз данных, специализированных литературных изданий и глобальной сети Интернет;
- нормативно правовые-акты и др.

Перечень разделов ВКР:

- 1 Теоретические аспекты исследования особенностей функционирования предприятия малого бизнеса
 - 1.1 Сущность и особенности малого бизнеса в России
 - 1.2 Правовые основы деятельности малых предприятий
 - 1.3 Специфика менеджмента малого предприятия
 - 1.4 Проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России
- 2 Анализ деятельности предприятия ООО «Мир строительных технологий»
 - 2.1 Анализ внутренней среды предприятия
 - 2.1.1 Краткая характеристика предприятия
 - 2.1.2 Анализ организационной структуры предприятия
 - 2.1.3 Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности
 - 2.1.4 Анализ клиентов
 - 2.1.5 Уровень маркетинга
 - 2.2 Анализ внешней среды предприятия
 - 2.3 SWOT-анализ деятельности предприятия
- 3 Направления совершенствования деятельности предприятия малого бизнеса ООО «Мир строительных технологий»
 - 3.1 Разработка мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия
 - 3.1.1 Мероприятие по оптимизации поставок материалов для сокращения затрат
 - 3.1.2 Мероприятия по расширению ассортиментного ряда товаров
 - 3.1.3 Мероприятие по оптимизации системы оплаты труда

3.1.4 Мероприятие по оптимизации рекламной деятельности для привлечения клиентов

3.2 Расчет экономической эффективности мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия

Перечень графического материала:

- Тема дипломного проекта;
- Актуальность проекта, объект и предмет исследования;
- Цель и задачи исследования;
- Особенности развития малого бизнеса в современной России;
- Виды деятельности ООО «Мир строительных технологий»;
- Организационная структура компании ООО «Мир строительных технологий»;
- Анализ численности рабочих кадров ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015 гг.;
- Эффективность управления кадрами компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012 – 2015 гг.;
- Результаты опроса сотрудников компании ООО «Мир строительных технологий»;
- Структура ассортимента компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015 гг. (таблица);
- Структура ассортимента компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015 гг. (рисунок);
- Оценка устойчивости ассортимента продукции и товаров компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.;
- Показатели уровня концентрации предприятия ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.;
- Анализ динамики клиентской базы компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.;
- Структура клиентской базы компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.;
- Сильные и слабые стороны организации маркетинга торговой компании ООО «Мир строительных технологий»;
- SNW-анализ компании ООО «Мир строительных технологий»;
- Программа реализации управленческих решений предприятия ООО «Мир строительных технологий»;
- Мероприятие по оптимизации поставок материалов;
- Мероприятие по расширению ассортиментного ряда товаров;
- Расходы на закупку товаров (спецодежды);

- Мероприятие по оптимизации системы оплаты труда;
- Расчет результативности менеджера Отдела продаж ООО «Мир строительных технологий»;
- Мероприятие по оптимизации рекламной деятельности компании;
- Статистика первоисточника информации;
- Затраты на участие ООО «Мир строительных технологий» в ежегодной специализированной выставке «Малозэтажное домостроение. Строительные и отделочные материалы»;
- Затраты на внедрение мероприятий по совершенствованию деятельности малого предприятия ООО «Мир строительных технологий»;
- Расчет экономического эффекта от внедрения мероприятий;
- Заключительный слайд.

Руководитель ВКР

Н.П. Гуляева

Задание принял к исполнению

Л.Ш. Набиева

06.06.2016

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Совершенствование деятельности предприятия малого бизнеса на примере ООО «МСТ» содержит 110 страниц текстового документа, 5 приложений, 70 использованных источников, 29 листов графического материала.

МАЛЫЙ БИЗНЕС, ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ, СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА, АНАЛИЗ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, МЕРОПРИЯТИЕ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объект ВКР – ООО «Мир строительных технологий»

Предмет ВКР – методические подходы к анализу и пути повышения эффективности деятельности малого предприятия ООО «Мир строительных технологий».

Цель ВКР – разработка мероприятий по совершенствованию деятельности малого предприятия ООО «Мир строительных технологий».

Задачи ВКР:

- раскрыть сущность и особенности малого бизнеса в России;
- рассмотреть правовые основы деятельности малых предприятий;
- охарактеризовать специфику менеджмента малого предприятия;
- анализ внутренней среды предприятия;
- анализ внешней среды предприятия;
- проведение комплексного анализа предприятия (SWOT-анализ);
- разработка мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия;
- расчет экономической эффективности мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия.

В ходе исследования было проведен практический анализ деятельности предприятия малого бизнеса ООО «Мир строительных технологий»: был проведен анализ как внутренней среды организации, так и внешней, выявлены основные проблемы предприятия, важнейшие из которых – это проблемы экономического и политического характера.

Основной упор при разработке мер совершенствования деятельности ООО «Мир строительных технологий» сделаны на внутренние резервы предприятия. В ходе исследования были предложены мероприятия: по оптимизации рекламной деятельности, по оптимизации поставок материалов и по оптимизации системы оплаты труда с целью повышения объема продаж, а также по расширению ассортимента ряда.

На основании проведенного анализа также были выявлены основные проблемы, над которыми необходимо работать руководству в будущих периодах: разработать социально-ориентированную стратегию предприятия; укрепить позиции предприятия на рынках; улучшить «качественный состав персонала»; разработать сбытовую политику предприятия; сохранить и расширить географические рынки ООО «Мир строительных технологий».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	8
1 Теоретические аспекты исследования особенностей функционирования предприятия малого бизнеса.....	12
1.1 Сущность и особенности малого бизнеса в России	12
1.2 Правовые основы деятельности малых предприятий	20
1.3 Специфика менеджмента малого предприятия.....	24
1.4 Проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России	29
2 Анализ деятельности предприятия ООО «Мир строительных технологий» ..	35
2.1 Анализ внутренней среды предприятия	35
2.1.1 Краткая характеристика предприятия.....	35
2.1.2 Анализ организационной структуры предприятия.....	43
2.1.3 Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности	50
2.1.4 Анализ клиентов.....	55
2.1.5 Уровень маркетинга.....	59
2.2 Анализ внешней среды предприятия	62
2.3 SWOT-анализ деятельности предприятия	67
3 Направления совершенствования деятельности предприятия малого бизнеса ООО «Мир строительных технологий»	70
3.1 Разработка мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия	70
3.1.1 Мероприятие по оптимизации поставок материалов для сокращения затрат	70
3.1.2 Мероприятия по расширению ассортиментного ряда товаров	73
3.1.3 Мероприятие по оптимизации системы оплаты труда	77
3.1.4 Мероприятие по оптимизации рекламной деятельности для привлечения клиентов	82
3.2 Расчет экономической эффективности мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия	90
Заключение	93
Список использованных источников	96
Приложение А. Опросник	103
Приложение Б. Бухгалтерский баланс	104
Приложение В. Отчет о финансовых результатах.....	106
Приложение Г. Отчет о финансовых результатах	108
Приложение Д. Стратегия рекламной кампании	110

ВВЕДЕНИЕ

Проблема совершенствования деятельности малого бизнеса занимает одно из центральных мест среди совокупности проблем, стоящих перед обществом. Особенно актуальной эта проблема становится на современном этапе развития экономики в связи с увеличением конкуренции, глобализации бизнеса, увеличением предпринимательских рисков.

Нестабильное состояние российской экономики с особой актуальностью ставит необходимость решения проблем, связанных с повышением эффективности производства.

Оценка эффективности производства является необходимым условием грамотного принятия управленческих и предпринимательских решений современных предприятий.

Экономика коммерческой организации, как и любой другой предпринимательской структуры, строится на принципах соизмерения в денежной форме доходов от производственной деятельности и расходов, связанных с ее осуществлением. Соизмерение доходов и расходов позволяет оценить эффективность работы организации. Исследование и оценка эффективности управления затратами и расходами является важной функцией управления производством, так как снижение данных экономических показателей приводит к увеличению прибыли продукции.

В настоящее время руководители предприятий уделяют особое внимание калькулированию себестоимости продукции, величина которой обратно пропорциональна величине прибыли (при условии, что цена продукции не изменится). Чем ниже себестоимость, тем выше прибыль – данный аспект является главным показателем эффективности деятельности, что немаловажно для любого предприятия. Поэтому большая часть усилий руководства направлена на снижение затрат и расходов, непосредственно связанных с производством готовой продукции.

Необоснованный и неконтролируемый рост затрат является одной из наиболее актуальных проблем большинства российских предприятий. Важнейшей задачей, стоящей сегодня перед руководством предприятия, является эффективное управление производственными затратами.

Достижение высоких финансовых результатов деятельности предприятия, максимизация прибыли и повышение эффективности производства невозможно достичь без эффективного управления расходами на производство и реализацию продукции, умение эффективно хозяйствовать становится условием выживания предприятия в конкурентной борьбе.

Управление расходами – это не минимизация затрат, что может привести к сокращению производства, а более эффективное использование ресурсов компании, их экономия и максимизация отдачи от них на всех этапах производственного процесса. Постановка процесса управления расходами в компании заключается в признании затрат, их учете, группировке и разнесении и представления их в виде, удобном для дальнейшего анализа и принятия управленческих решений.

Теоретические, методологические аспекты проблемы повышения эффективности деятельности рассмотрены в работах многих ученых экономистов. Значительные наработки зарубежной экономической мысли, касающиеся различных аспектов экономической эффективности производства, содержатся в работах таких авторов как: Ансофф И., Дорнбуш И, Котлер Ф. Томпсон А., Фишер С., Харрод Р., Шумпетер Й. и др. В отечественной науке проблемой экономической эффективности производства занимались Аганбегян А.Г., Аболенцев Ю.И. Алекперов В.Ю., Красовский Ю.А., Круглов М.И., Лисин Ю.А., Попов Л.Л. Посошков И.П., Рыбаковский Л.Л., Шапот М.Д., Черный Ю.И., Якутин Ю.А и другие.

Объектом исследования является малое предприятие ООО «Мир строительных технологий».

Предмет исследования – методические подходы к анализу и пути

повышения эффективности деятельности малого предприятия ООО «Мир строительных технологий».

Цель исследования – разработка мероприятий по совершенствованию деятельности малого предприятия ООО «Мир строительных технологий».

Согласно цели, необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть сущность и особенности малого бизнеса в России;
 - рассмотреть правовые основы деятельности малых предприятий;
 - охарактеризовать специфику менеджмента малого предприятия;
 - провести анализ внутренней среды предприятия ООО «Мир строительных технологий»;
 - провести анализ внешней среды предприятия ООО «Мир строительных технологий»;
 - провести SWOT-анализ деятельности предприятия;
 - разработать мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия;
- произвести расчет экономической эффективности мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия.

В работе применялись общенаучные методы и приемы: анализ и синтез, методы группировки и сравнения, а также методы и приемы финансово-экономического анализа.

Информационную базу исследования составили российское гражданское законодательство, разработки отечественных и зарубежных ученых в области анализа, монографические исследования, материалы периодических изданий и сети Интернет, справочно-правовых систем и электронных средств массовой информации.

Также источниками информации в ходе исследования послужили: организационно-распорядительные документы предприятия, его управленческая и бухгалтерская отчетность.

Теоретическая значимость исследования – систематизация материала по

проблеме анализа и путей повышения эффективности производства предприятия.

Практическая значимость работы заключается в возможности разработки комплекса мер по повышению эффективности деятельности исследуемого предприятия.

Работа состоит из введения, основной части и заключения, а также содержит список использованной литературы и приложения.

1 Теоретические аспекты исследования особенностей функционирования предприятия малого бизнеса

1.1 Сущность и особенности малого бизнеса в России

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 [21, с.3].

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

Малый бизнес представляет собой определенную деятельность физического или юридического лица, направленную на получение прибыли путем предоставления населению услуг или продажи товаров. Например, открытие парикмахерской или торговой палатки, ремонт обуви - все это можно отнести к сфере малого бизнеса.

Основным критерием, по которому малый бизнес отличается от иных видов предпринимательства, является упрощенная схема налогообложения. Оформившись как индивидуальный предприниматель, в казну государства каждый год необходимо будет уплачивать единый налог. Согласно Федеральному закону № 402-ФЗ каждая компания, относящаяся к малому бизнесу, обязана вести бухгалтерский учет с предоставлением соответствующей отчетности в налоговые органы по фактическому месту нахождения организации [40, с.33].

Малый бизнес в России имеет ряд особенностей. Рыночная экономика в

России находится в стадии формирования. Поэтому специфика развития малого бизнеса в РФ имеет много отличий от предпринимательства в других странах.

Вот некоторые особенности предпринимательства в РФ: мало информации о рынке, состоянии отрасли, а так же недостаточно консультационных, обучающих и прочих информационных ресурсов; проблемы с управлением из-за недостатка должного уровня опыта и необходимых знаний; низкий уровень технической оснащенности; плохая самоорганизация и отсутствие должной поддержки извне; в одном предприятии часто совмещено сразу несколько видов деятельности; российские предприятия малого бизнеса стремятся работать самостоятельно и редко берут на себя договоры субподряда; предприятия, которые работают успешно, стремятся охватить более широкий сегмент рынка; хорошо приспосабливаются к сложной экономической обстановке [46, с.53].

В силу этих специфических особенностей, развитие малого бизнеса в России идет путем, отличным от общепринятого в классической рыночной экономике. Немаловажное влияние на него оказывает и ряд проблем, с которыми сталкиваются предприниматели, открывающие свое дело в РФ.

Сегодня существуют различные виды малого бизнеса в России, позволяющие при сравнительно небольших первоначальных затратах достичь высокого уровня доходов.

Условно можно выделить следующие категории [40, с.55]:

- предоставление услуг населению. Сюда можно отнести ремонт обуви, перетяжку мягкой мебели, ремонтную швейную мастерскую, ателье, стоматологический кабинет, различные спортивные, фитнес-центры, сервисы ремонта и обслуживания компьютерной, бытовой техники, парикмахерские, салоны красоты и татуажа, фирмы по строительству и ремонту помещений, установке сантехники, пластиковых окон, дверей, услуги адвоката, ландшафтного дизайна и дизайна помещений, проектные работы, бурение скважин, грузоперевозки, транспортные услуги, такси;

- производственный бизнес. Это сфера производства товаров и продукции различного назначения. Примером может служить обувной, мебельный, кондитерский, швейный, колбасный цех, производство замороженных полуфабрикатов, пластмассовых изделий, плит перекрытия, шлакоблока, тротуарной плитки, переработка молочных продуктов, птицефабрика, инкубатор, пасека, тепличное, фермерское хозяйство, кузнечные мастерские, пекарни;

- реализация готовых товаров, или сфера торговли. Это магазины, ларьки, торговые точки всех типов. Наверное, самый простой вид бизнеса, для которого требуется снять помещение, закупить товар, нанять продавца. Естественно, предварительно оформив соответствующие документы;

- общественное питание. Это рестораны, кафе, блинные, пиццерии, пельменные, шашлычные, шаурма, хот-доги и прочие виды малого бизнеса в сфере фаст-фуда;

- развлекательные центры и базы отдыха. Бильярд, боулинг, дискотеки, караоке, детские развлекательные центры. Домики на берегу моря для приезжающих отдыхать, лагеря отдыха и прочее;

- бизнес в интернете: интернет-магазины, инфомаркетинг, услуги веб-райтинга, студии веб-дизайна и верстки шаблонов, SEO-продвижения, сайты контекстной рекламы, прочие виды занятости.

По нормативным актам, принятым на сегодняшний день, малый бизнес может существовать в двух основных формах: индивидуальное предпринимательство; создание организации (юридического лица). Каждая из этих форм имеет сильные и слабые стороны.

Для индивидуального предпринимательства не требуется устава и, как правило, большого стартового капитала. При этом его окупаемость и эффективность достаточно высока. Эта форма организации очень мобильна за счет минимальной цепи, по которой принимаются управленческие и финансовые решения.

Такой бизнес строится на принципе единоначалия, поэтому он достаточно самостоятелен, и не подвержен бюрократизации непосредственно на предприятии. Для него характерна повышенная мотивация, поскольку ответственность за успех полностью персонифицирована. Но индивидуальное предпринимательство подвержено высоким рискам, которые можно минимизировать, создав предпринимательскую организацию.

Существует множество их видов (хозяйственные общества и кооперативы, унитарные предприятия и др.). Переход к такой форме позволяет расширить рынок сбыта и получить влиятельную поддержку. Это снижает зависимость от конъюнктуры и улучшает перспективы роста бизнеса, что значительно снижает риски.

Создание юридического лица открывает широкие возможности по использованию наемных работников, что позволяет поднять их уровень и повысить компетентность руководства. Нужно отметить, что основные формы организации малого бизнеса могут переходить одна в другую.

Субъектами малого бизнеса могут стать как индивидуальные предприниматели, так и организации любых форм [66, с.75].

Место регистрации предприятия. Определяющим критерием для регистрации малого бизнеса всегда выступало будущее местонахождение новой фирмы. Сведения о том, где будет находиться организация, будут указываться при постановке на учет в налоговой службе, Пенсионном фонде, а также в других фондах и органах, которые указаны законодательством. Непосредственно на этот адрес будет посылаться официальная корреспонденция, уведомительные и процессуальные документы. Когда предприятие меняет свое местонахождение, то оно обязательно должно известить об этом факте своих контрагентов и органы власти, которые ведут контроль его деятельности. Такие изменения обязательно должны быть внесены в документы, которые обеспечивают его функционирование.

Сведения и информация о местонахождении фирмы прописываются в

лицензии, если таковая предполагается согласно списку видов деятельности, который определяется законодательными актами. Также это относится к патентам, которые выдаются предприятию в связи с осуществлением ею деятельности, связанной с торговлей.

Информация о местонахождении указывается также в лицензии (если деятельность требует этого) и патентах (предприятие задействовано в торговле).

Для того, чтобы зарегистрировать малый бизнес, необходимо собрать пакет документов, который включает в себя [66, с.77]:

- письменное заявление о регистрации предприятия;
- собранный пакет документов для учреждения предприятия (зависит от юридической формы будущего предприятия);
- документ, который свидетельствует о решении создать предприятие;
- квитанция об оплате государственной пошлины.

Орган государственной регистрации не имеет права потребовать какие-то другие документы для регистрации. Это обстоятельство четко указывается законодательством и не подлежит спору.

Очередность и порядок подачи документов для выполнения регистрации малого бизнеса одинаковы для любой юридической формы, будь то индивидуальное предпринимательство или организация. В налоговый орган собственноручно должен быть доставлен собранный перечень документов. В противном случае и при других обстоятельствах, которые препятствуют этому, документы должны быть отправлены заказным письмом в налоговый орган. В письме должна присутствовать вкладка о перечне пересылаемых документов. Для детального ознакомления с нюансами подачи документов, необходимо обратиться непосредственно в налоговую службу.

При возникновении вопросов, которые могут коснуться подачи и формирования пакета документов, налоговая обязывается предоставить бесплатную консультацию и провести контроль сбора документов, если это

требуется. Как только документы поступили в налоговую службу, ее сотрудник должен выдать заявителю документ-расписку о приеме этих документов, с штампом самой службы и подписями должностных лиц. Фактически, дата, когда была получена сама расписка, считается самой датой подачи документов и служит отправной точкой для проведения процедуры самой регистрации.

Что касается длительности процедуры принятия на регистрацию, то она одинакова как для индивидуального предпринимателя, так и для организации, и должна составлять 5 рабочих дней с дня вручения расписки.

Как только налоговый орган проверит достоверность поданных документов, их корректность и аутентичность, на протяжении рабочей недели должны быть получены документы о регистрации малого бизнеса. Затем вносятся соответствующие записи в соответствующий реестр для индивидуальных предпринимателей и для организаций.

Моментом регистрации предприятия или индивидуального предпринимателя является именно дата внесения таких записей в реестр. Это положение регламентируется законодательными актами про регистрацию. Налоговая служба обязуется выдать фирме или предпринимателю документы, которые свидетельствуют о регистрации не позднее, чем через один рабочий день.

Сам пакет документов о регистрации включает в себя [59, с.62]:

- для индивидуальных предпринимателей: свидетельство, в котором указывается факт регистрации физического лица (предпринимателя) в качестве субъекта индивидуального предпринимательства; документ, что свидетельствует о внесении записи в государственный реестр индивидуальных предпринимателей;

- для организаций: свидетельство, в котором указывается факт регистрации юридического лица в качестве субъекта, который имеет право совершать действия в качестве фирмы или организации; документ, что свидетельствует о внесении пометки в государственный реестр юридических

лиц.

Следовательно, после проделывания данного комплекса бюрократических действий, субъект предпринимательства или организация имеет полное законное основание совершать хозяйственную и финансовую деятельность для получения прибыли.

На сегодняшний день малый бизнес - это очень интенсивно развивающийся сектор экономики нашей страны. Для многих частное предпринимательство стало гораздо лучшей альтернативой работе на «чужого дядю», ведь это собственный бизнес при минимальных капиталовложениях.

Однако бывают случаи, когда созданное малое предприятие, приносившее неплохую прибыль, становится не доходным, и более того, висит тяжелым грузом на шее частного предпринимателя. И тогда владелец ненужного более малого предприятия решает его закрыть. Однако сделать это не так-то просто, здесь необходимо пройти четкую установленную законом процедуру, которая называется ликвидация малого предприятия [59, с.63].

Малое предприятие может быть ликвидировано как в добровольном, так и в принудительном порядке. В первом случае владелец бизнеса, учредитель малого предприятия принимает решение о его ликвидации, в связи с чем проводится проверка на наличие задолженностей, как перед государством, так и перед возможными кредиторами.

Проверка и выявление кредиторов, а также лиц, имеющих претензии по платежам, производится сроком в 2 месяца с момента официального объявления о ликвидации малого предприятия.

Второй способ предполагает судебное решение о ликвидации малого предприятия, которое может быть применено на основаниях, установленных законом РФ.

Также в сфере частного малого предпринимательства под ликвидацией предприятия подразумевается ликвидация государственной регистрации физического лица-предпринимателя. С этой целью нужно идти в орган

государственной регистрации, а именно к тому регистратору, у кого было зарегистрировано ваше частное предприятие. При себе нужно иметь заявление о закрытии частного предприятия и чек, свидетельствующий об оплате публикации о прекращении деятельности предприятия.

Далее, после внесения сведений о прекращении данной деятельности ФЛП в Единый государственный реестр наступает 2-месячный срок, в течение которого кредиторы могут предъявлять свои требования. За это время предполагается выявить возможные кредиторские задолженности предприятия.

Пока действует этот срок, необходимо пойти в Государственную налоговую инспекцию, куда необходимо подать заявление и сдать оригиналы и копии документов, полученных от налоговых органов. Для тех, кто пользовался единой системой налогообложения, это будут свидетельство об оплате единого налога и справки о трудовых отношениях физических лиц с плательщиком единого налога. Для остальных предпринимателей – справка формы № 4-ОПП и свидетельство плательщика НДС в случае, если вы платили этот налог [41, с.88].

Предъявив эти документы, путем подачи заявления запрашивается справка, которая будет свидетельствовать об отсутствии долгов. Конечно, прежде чем получить эту справку, налоговая инспекция проведет проверку, которая займет достаточно много времени.

Между тем необходимо еще пойти в пенсионный фонд. За справкой об отсутствии проблем с пенсионными отчислениями лучше идти после получения справки от налоговой, поскольку многие пенсионные фонды осуществляют свою проверку на основе налоговой проверки. В пенсионном фонде необходима справка об отсутствии личной задолженности владельца.

Также предприниматель должен предъявить госрегистратору справки из социальных фондов, свидетельствующих об отсутствии задолженностей либо о том, что он не состоял на учете в фондах. Работодатели дополнительно должны прервать договор с наемными сотрудниками с обязательным снятием договоров

с регистрации в центре занятости. По завершению всей вышеназванной процедуры ликвидация малого предприятия будет произведена.

1.2 Правовые основы деятельности малых предприятий

Занимаясь предпринимательской деятельностью, каждый руководитель должен знать все правовые и экономические нюансы, затрагиваемые малый бизнес. Знание закона в большинстве случаев позволяет принять наиболее эффективные решения. Тогда как, незнание закона, не освобождает от ответственности, а ответственность здесь может быть весьма значимой. Стоит также отметить, что для осуществления успешной деятельности малого предпринимательства без знакомства с законом обойтись трудно.

При осуществлении деятельности малого предпринимательства приходится сталкиваться со многими областями права, которые изложены во многих федеральных законах и правовых актах, однако юридические основы предпринимательской деятельности заложены Гражданским кодексом РФ (далее – ГК РФ) [10, с.3].

Правовые основы, которые регулируют малый бизнес, лежат в таких отношениях как, производитель-потребитель, производитель-общество, потребитель-общество. В результате чего, появляется необходимость в формировании действий сторон, на основе законодательства, и требует постоянно развивающегося правового регулирования предпринимательства.

Правовая среда предпринимательства гарантирует осознанное ведение разрешенных законом видов хозяйственной деятельности, а также обеспечивает свободу принятия экономических решений. Правовая среда соприкасается с бизнесом с момента открытия до прекращения хозяйственной деятельности предприятия.

Основой осуществления предпринимательства в России положены следующие принципы, которые составляют государственную политику в

области правового регулирования: создание одинаковых равных условий вне зависимости от форм собственности; заявочный характер, который упрощает вступление в предпринимательство.

Законодательно регулируются два аспекта предпринимательства: учреждение предпринимательства; правовая сторона осуществления предпринимательской деятельности.

Согласно Конституции РФ, каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности.

Регулирование отношений в области предпринимательской деятельности осуществляется гражданским законодательством. Согласно, ст.2 ГК РФ следует, что гражданское законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность или с их участием [37, с.115].

Для предпринимательской деятельности важно то, что гражданское право имеет дело: с имущественными отношениями, т.е. с такими общественными отношениями, возникающие по поводу различного рода материальных благ: вещей, работ, услуг и иного имущества в широком понимании. При этом гражданское право регулирует не все имущественные отношения, а только те, которые являются имущественно-стоимостными, такие как товарно-денежные отношения, отношения по обмену вещами, дарению и пр.; с личными неимущественными отношениями, возникающие, например, по поводу деловой репутации, наименования юридического лица, авторского произведения, изобретения, промышленного образца, либо эти отношения связаны с личностью участвующих в них лиц.

В российском гражданском законодательстве предусмотрена определенная система гарантий предпринимательской деятельности. Такие как: контролирует разрешенные виды предпринимательской деятельности, создание предприятий и приобретение необходимых для их деятельности имущество;

недопустимость отказа в регистрации предприятия на основании нецелесообразности; осуществляет юридическое равенство всех субъектов предпринимательской деятельности; предоставляет равное право доступа всех субъектов предпринимательской деятельности на рынок, к материальным, финансовым, трудовым, информационным и природным ресурсам; ограничивает монополистические хозяйствующие субъекты и их недобросовестную конкуренцию; предоставляет правовую защиту интересов всех субъектов предпринимательской деятельности [37, с.117].

Правовое регулирование субъектов предпринимательской деятельности, в том числе малого бизнеса решает такие вопросы, как: установление правоспособности субъектов на занятие предпринимательством, государственную регистрацию, лицензирование (когда это предусмотрено законодательством для определенных видов деятельности), установление степени и меры ответственности учредителей по обязательствам субъекта, порядок прекращения предпринимательской деятельности. Вместе с тем вопрос о регистрации связан с приобретением прав и имеет для субъектов малого бизнеса двойственную постановку - право на занятие предпринимательством и право на государственную поддержку.

В ст.18 ГК РФ, на основании права собственности граждан, устанавливает их право заниматься предпринимательской деятельностью в двух формах – в качестве индивидуального предпринимателя и юридического лица. Но для занятия некоторыми видами предпринимательства предусмотрены специальные условия - наличие опыта, полученного в течение определенного срока; наличие квалификационного аттестата и т.п. [2]

Однако не все категории граждан имеют право заниматься предпринимательской деятельностью. Поскольку существуют ограничения, которые предусмотрены для должностных лиц органов государственной власти и государственного управления, военнослужащих, работников силовых министерств и служб.

Если сравнивать индивидуальных предпринимателей и деятельность юридических лиц, то последнее является наиболее сложной в организационно-правовом и финансово-экономическом аспектах.

Получая статус юридического лица, предприниматель совершает действия уже не от своего имени, а от имени данного юридического лица.

Тогда как индивидуальный предприниматель, выступает сам за себя, может также нанять сотрудников, обязан исправно платить налог на прибыль, и проводить регулярно отчисления на социальные нужды. Также он имеет право добровольно выбрать одну из систем налогообложения, согласно своему рода деятельности.

Особый вопрос, который стоит перед субъектами предпринимательства - установление меры его ответственности и ответственности его учредителей (участников) в имущественных отношениях с другими участниками гражданского оборота.

Меры ответственности по обязательствам определяется правовой формой организации хозяйственной деятельности субъекта предпринимательства.

Следует отметить, что индивидуальный предприниматель, будучи гражданином, отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. В ст.24 ГК РФ закреплено положение, что из обязательства исключается лишь то имущество, на которое по закону не может быть обращено взыскание [2].

Таким образом, исследуя правовые и экономические основы малого предпринимательства, следует отметить, что данные аспекты очень важны на всех этапах развития деятельности компании. Стоит серьезно относиться к данному вопросу с самого открытия малого бизнеса. Поскольку, вся организаторская и экономическая деятельность основывается на правовых и экономических аспектах.

В связи с тем, что в современном обществе активно развиваются абсолютно все виды деятельности, следует обратить внимание на такие виды

деятельности как: юридические и бухгалтерские компании, налоговая помощь, которые могут помочь в решении трудных ситуаций. А при возникновении особых ситуаций следует обращаться в арбитражный суд.

1.3 Специфика менеджмента малого предприятия

Малый бизнес очень разнообразен. Он различается по целому ряду факторов, и каждый из них в той или иной степени влияет на особенности управления конкретной фирмой. Среди таких факторов следует отметить размер предприятия, численность и состав работающих, форму собственности, отрасль деятельности, объем и ассортимент выпускаемой продукции или услуг, организационную структуру предприятия и др.

Наибольшее влияние на определение конкретной организации управления оказывает предприятия, а точнее численность персонала. В зависимости от численности работающих на предприятии имеет свою специфику и менеджмент.

Как показывает практика функционирования малых предприятий в России, в небольшом магазине, парикмахерской или автомастерской нет необходимости иметь специалиста-менеджера. Обычно функции управления в маленьких фирмах берет на себя ее владелец, т.е. происходит совмещение должностей [24, с.144].

Однако это не всегда оправдано, поскольку отказ от делегирования полномочий влечет за собой дефицит времени на управленческую деятельность и в конечном итоге отрицательно сказывается на результатах работы. Руководитель фирмы должен не только заниматься текущими делами, но и смотреть вперед, видеть перспективы развития своего предприятия.

Следовательно, главная задача менеджера (руководителя фирмы) заключается в том, чтобы с учетом всех факторов конкретного предприятия определить оптимальную систему управления в целях достижения успеха.

Главным критерием современной системы управления является обеспечение эффективности и конкурентоспособности работы предприятия. Это особенно важно для предприятий малого бизнеса, где без соблюдения этих условий трудно рассчитывать на успех.

Организация управления предполагает решение следующих вопросов: создание структуры предприятия; распределение полномочий.

Как показывает опыт, один из основных факторов, способствующих разорению малых фирм – нехватка управленческих знаний у владельцев и управляющих этих предприятий. Поэтому они для выживания и эффективного функционирования в условиях жесткой конкуренции рано или поздно вынуждены прибегать к услугам консультационных фирм или привлекать на работу профессиональных менеджеров [24, с.148].

Таким образом, главным требованием к управлению малым предприятием в условиях рынка является обеспечение его приспособляемости к меняющимся условиям хозяйствования.

Особенности менеджмента в малом бизнесе обусловлены преимущественно неформальным исполнением власти. Взаимоотношения менеджера и подчиненных носят довольно непосредственный и открытый характер.

Немаловажным для развития малого предприятия является то, как руководитель выполняет свои функции, т.е. не то, что он делает, а как он это делает. Другими словами, очень важно правильно выбрать стиль управления в малом бизнесе. Обычно различают три основных стиля управления: авторитарный, демократический, либеральный.

Однако на практике каждый руководитель имеет свой стиль управления, так или иначе сочетающий элементы всех трех стилей. В результате можно выделить пять характерных типов управленческого поведения: диктатор, демократ, пессимист, манипулятор, организатор.

Менеджер-диктатор в основном ориентирован на производство и уделяет

минимум внимания конкретным людям. Работа в таких условиях никому не приносит удовлетворения. Диктатор – плохой управляющий.

Менеджер-демократ прямо противоположный диктатору. Дела у такого менеджера идут как бы сами собой. Польза от этого не очень большая.

Менеджер-пессимист руководствуется девизом «Не вмешивайся в естественный ход событий». Польза от таких руководителей очень малая.

Менеджер-манипулятор во всем пытается достичь компромисса. Здесь проявляется склонность менеджера к манипулированию людьми.

Менеджер-организатор самый продуктивный тип менеджера, учитывающий нужды производства, а также потребности и интересы людей. Важнейшей характеристикой данного типа является устремленность к инновациям и нацеленность на постоянное развитие организации.

Именно тип менеджера-организатора является предпочтительным для предприятий малого бизнеса, управления небольшим коллективом, где взаимоотношения руководителей и подчиненных носят непосредственный и открытый характер [34, с.91].

Таким образом, в малом бизнесе предпочтительнее тот стиль управления, который осуществляется преимущественно на неформальной основе, нацелен на создание творческой атмосферы в коллективе, ориентированной на достижение результатов.

В современных условиях становления и углубления рыночных механизмов регулирования экономики страны, малые предприятия вынуждены конкурировать не только друг с другом, но и с крупным бизнесом.

Конкурентоспособность же любому предприятию, в том числе и малому, может обеспечить только рациональное управление движением финансовых ресурсов и капитала, находящегося в его распоряжении. В связи с этим с каждым годом повышается значение финансового менеджмента, целью которого является выработка и применение методов, средств и инструментов для достижения стратегических и тактических целей деятельности фирмы.

Финансовый менеджмент в малом бизнесе в силу специфических особенностей становления и развития малых предприятий несколько отличается от практики управления финансами крупных предприятий. Это выражается в следующем [59, с.108]:

- в небольшой фирме все функции финансового менеджера ложатся, как правило, на одного сотрудника (обычно это руководитель – хозяин данного предприятия). И именно он принимает решения по привлечению и использованию финансовых ресурсов, по установлению цены на производимую/продаваемую продукцию и распределению полученной прибыли;

- финансовый менеджмент направлен на максимизацию курса акций, чистой прибыли на акцию, уровня дивидендов, имущества акционеров, чистых активов в расчете на акцию, прибыли. Малые фирмы, созданные в форме АО, имеют право выпускать акции, но в силу определенных трудностей этой процедуры, как правило, не делают этого;

- одним из приоритетных направлений финансового менеджмента в современных условиях хозяйствования является оптимизация налогообложения. На крупных предприятиях все чаще привлекают специалистов для определения наиболее низкого уровня налоговых обязательств и разработки мер по законному снижению налоговых платежей;

- финансовый итог предпринимательства характеризуется в первую очередь прибылью, которую получает предприниматель. Чтобы ее получить, надо производить и продавать только то, что требуется рынку;

Маркетинговая политика на малом предприятии обычно сводится к следующему: продавать тот товар (услугу), который пользуется спросом и до тех пор, пока он приносит прибыль.

- самый хороший менеджер мало чего может добиться, если у предприятия будет серьезный недостаток денежных средств. Поэтому задача привлечения и максимального использования денежного капитала – одна из

ключевых в финансовом менеджменте. Финансировать свою деятельность малое предприятие может за счет собственных (прибыль, амортизационные отчисления, личные накопления) и внешних источников (государственные субсидии, дотации, кредиты банков и т.д.);

- эффективное использование долгосрочных и краткосрочных денежных ресурсов достигается посредством финансового планирования, которое является существенным элементом финансового менеджмента.

Инвестиции в крупных компаниях подразумевают вложение средств в значительные пакеты акций предприятий, строительство новых объектов и т.п. В малом бизнесе любое вложение средств в основные фонды, будь то покупка одного компьютера или станка, уже является инвестициями, т.к. это вложение производится с целью получения прибыли. Но даже такое небольшое вложение средств является значительным событием для малого предприятия, поэтому должен быть точно рассчитан предполагаемый доход и предполагаемые расходы, связанные с этими инвестициями.

Финансовый план крупной компании представляет собой объемный документ. Финансовый план в малом бизнесе будет состоять из тех же разделов, но содержать намного меньше деталей и вспомогательных документов.

Важнейшей составляющей финансового менеджмента является оценка финансового положения предприятия, которая представляет собой совокупность методов, позволяющих оценить состояние дел предприятия в ходе изучения результатов его деятельности.

Большинство руководителей малых предприятий, признавая, что финансовое состояние предприятия является важнейшей характеристикой его деловой активности и надежности, на практике не проводят оценку финансового положения фирмы, ограничиваясь показателями прибыли и, в лучшем случае, рентабельности производства/продукции.

Оценка финансового положения малой фирмы, учитывая небольшой

объем бухгалтерской отчетности, установленный для малых предприятий, будет включать ограниченный набор показателей и основываться на данных формы №1 – «Бухгалтерский баланс» и формы №2 – «Отчет о прибылях и убытках».

Таким образом, правильный выбор стиля и методов управления и грамотное применение механизмов финансового менеджмента позволит малому предприятию добиться долговременных положительных результатов и занять устойчивое положение на рынке конкурентов.

1.4 Проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России

На развитие малого бизнеса влияет большое количество факторов [49]:

- несовершенная законодательная база государства и проблемы с налоговой системой. В 1995 году в нашей стране был принят первый закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». Со временем стало понятно, что в нем не учено много важных моментов. В современных условиях развития рынка закон требует доработки и дополнений. Поэтому в 2007 году был принят Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

В России законом жестко регламентируются размеры предприятия, выручки, и многое другое. Малые предприятия обязаны проходить множество проверок и отчитываться перед большим количеством инстанций. Все это сильно сдерживает развитие предприятия. К тому же, сильно давят на бизнесменов жесткие налоговые вычеты и штрафы, в случае опоздания с оплатой.

Безусловно, государство разрабатывает множество специальных программ для малого бизнеса. Например, упрощенная система налогообложения и ведения бухгалтерской отчетности. Но выплаты по налогам по-прежнему отнимают очень большую часть дохода.

- недостаток сырьевых и финансовых ресурсов. Давно известна проблема получения кредита в банке на открытие своего дела, или для поддержки уже работающего небольшого предприятия. Банки не стремятся выделять средства для малого бизнеса, поскольку слишком вероятны риски невыплаты кредитов.

Инвесторы так же не стремятся вкладывать свои средства в небольшие предприятия. Поэтому найти недостающую сумму для бизнесмена очень трудно, а подчас и невозможно. Конечно, все это отрицательно сказывается на развитии фирм и небольших компаний.

- трудности с площадями, оборотными средствами. Аренда площадей стоит предпринимателям немалых средств. А найти подходящее место очень трудно. Для решения данной проблемы предлагается множество проектов. Например, чтобы не тратить огромные средства на помещение и оборудование, можно договориться с крупным предприятием, у которого есть простаивающие мощности, об аренде по сходной цене.

Существует ряд предложений о том, чтобы предоставить возможность объединения для предприятий, которые находятся на грани банкротства или в сложном экономическом состоянии. Помимо подобных форм объединения, хорошим выходом может стать кооперация малых и крупных предприятий. Сейчас это существует в форме франчайзинга, лизинга и т.д.

- кадровая подготовка. Очень трудно небольшим предприятиям конкурировать с крупными в плане заработной платы. Поэтому проблема с кадрами для предприятий малого бизнеса стоит очень остро. Предпринимателю нужно решать сразу несколько задач: найти квалифицированных сотрудников, придумать, чем мотивировать их и найти средства на обучение.

В России, где порой одна фирма выполняет сразу несколько задач, дополнительной проблемой является правильная подготовка специалистов, которые разбирались бы во многих вещах и могли выполнять разные задачи.

- отсутствие платежеспособности населения и спроса. Маленькому предприятию трудно выпускать товар в огромных количествах, а также

оказывать услуги для большого количества желающих за недорогую цену. Поэтому спрос на продукцию подобного рода предприятий небольшой.

Помимо того, стоимость товаров и услуг малых предприятий бывает выше, чем на аналоги крупных производителей. Однако, финансовое состояние населения часто не позволяет отдавать за них большие средства. Эти нюансы приводят к тому, что многие фирмы простаивают или работают с небольшим количеством постоянных клиентов, что делает бизнес рентабельным, но не очень прибыльным.

Перспективы развития малого бизнеса в России

Малый бизнес представляет собой «локомотив» экономики страны, поэтому для того, чтобы он развивался, прилагается множество усилий со стороны государства. Специалисты разрабатывают ряд мер и программ для облегчения открытия новых предприятий и поддержки имеющихся.

Для успешного развития, малым предприятиям нужна помощь еще в начале пути.

Для решения всех вышеперечисленных проблем, требуется комплексный подход. Закон стоит доработать и дать предпринимателям чуть больше свободы. Налоговая политика по отношению к малым предприятиям постоянно совершенствуется и, возможно, однажды система налогообложения для предпринимателей не будет такой гнетущей.

Активно разрабатываются программы выгодных кредитов и государственной поддержки малого бизнеса. Если все эти начинания благополучно реализуются, предпринимательство поднимется выше в своем развитии и станет хорошим двигателем в развитии экономики страны [63].

Не секрет, что именно сектор малого предпринимательства обеспечивает большую часть ВВП любого развитого государства. Поэтому такой стратегически важный вид бизнеса просто необходимо тщательно оберегать и

поддерживать.

Правительство РФ предлагает в данном направлении решить стратегические проблемы развития бизнеса путем использования инструментов государственной поддержки, к которым относятся: внедрение инвестиционных проектов и программ; совершенствование методов кредитной и налоговой политики.

Министерство экономического развития России разработало Концепцию долгосрочного социально-экономического развития страны. В соответствии с положениями данного документа, запланировано, что к 2020 году субъекты малого и среднего предпринимательства достигнут следующих показателей:

В ВВП России удельный вес малого бизнеса будет занимать 30%, а суммарный удельный вес малого и среднего предпринимательства будут занимать половину от общей суммы ВВП страны.

Доля малых предприятий среди всех субъектов предпринимательства будет составлять 80%.

Число занятых в сфере малого бизнеса возрастет до 60% населения страны.

Произойдет качественное изменение структуры отрасли и т. д.

Проблемам и перспективам развития малого бизнеса в России за последний год внимания стало уделяться даже больше, чем в предыдущие годы. Это во многом зависит от введения санкций в отношении России со стороны зарубежных компаний. Однако созданные трудности не только приостановили развитие отечественного предпринимательства, в том числе малого бизнеса, а наоборот, даже подтолкнули к скорейшему восстановлению и совершенствованию [63].

За последующие 5 лет планируется, что показатели отечественных субъектов малого бизнеса достигнут уровня предприятий западных стран, а возможно, и превысят их. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса государства полностью зависят от оказываемой ему поддержки.

Поэтому для того чтобы достичь поставленных целей, необходимо в ближайшие годы осуществить следующее: оказать посильное содействие реализации мер по созданию необходимых объектов инфраструктуры рынка, которые будут ориентированы на создание и совершенствование все большего количества субъектов малого предпринимательства; реализовать специальные программы поддержания перспективных конкурентоспособных компаний; внедрить современные наиболее эффективные финансовые инструменты развития бизнеса; поддерживать существующие институты микрофинансирования, создать наиболее благоприятные условия для их существования; сформировать институциональные условия для работы кредитных учреждений; развивать старые и создавать новые элементы бизнес-инкубаторов, обратить особое внимание таких структур на инновационные предприятия сектора малого бизнеса; усовершенствовать нормативную правовую базу для того, чтобы устранить имеющиеся административные и иные барьеры для перспективного развития малого бизнеса в России в 2017 году и предотвратить появление новых трудностей в данном направлении; реализовать нормы законодательства, которые определяют возможность участия малых и средних субъектов предпринимательства в государственных тендерах; повысить возможность доступа отечественного производителя к недвижимости, относящейся к государственной либо муниципальной собственности [19].

Также основными перспективами развития предприятий малого бизнеса считаются цели, поставленные Правительством РФ на ближайшие годы.

К ним отнесены реализация мер по созданию около 500 новых бизнес-инкубаторов, а также создание в каждом регионе страны: гарантийного фонда на сумму не менее 100 млн руб.; муниципальной инфраструктуры микрофинансирования субъектов малого бизнеса; фонда инвестирования в малые и средние предприятия.

Чтобы создать вышеуказанные механизмы, правительству РФ

необходимо использовать специальные инструменты в виде субсидирования проектов поддержания малого бизнеса страны.

По данным аналитических служб, результаты некоторых из перечисленных пунктов уже проявились. Так, некоторые субъекты кредитных структур совершили переориентацию на небольшие и краткосрочные кредиты, которыми зачастую пользуются представители малого или среднего бизнеса.

По мнению большинства экспертов, перспективы развития малого бизнеса в 2017 году достаточно высоки, так как из-за множества факторов, повлиявших на падение курса рубля и цен на нефть, основные надежды возлагаются не на сильных мира сего, а на малые или средние предприятия.

Возлагаются большие надежды не только на подпитывание легальных предприятий, но и на выведение из «тени» незаконных коммерческих формирований. По данным Росстата, такие «нелегалы» составляют 20% от всех работающих на территории страны предприятий [49].

Государством были созданы специальные условия для скорейшего налаживания сотрудничества с такими структурами. Однако большинство из них так и не научилось своевременно платить налоги, что негативно сказывается на экономике страны.

2 Анализ деятельности предприятия ООО «Мир строительных технологий»

2.1 Анализ внутренней среды предприятия

2.1.1 Краткая характеристика предприятия

Компания ООО «Мир строительных технологий» зарегистрирована 11 февраля 2011 года межрайонной Инспекцией федеральной налоговой службы № 23 по Красноярскому краю.

Организации присвоены ИНН 2466237305, ОГРН 1112468006650.

Согласно Общероссийскому классификатору форм собственности (ОКФС) форма собственности данного предприятия – частная.

Юридический адрес: г. Красноярск, ул. Семафорная 289 стр. 4, 2 этаж офис 11.

Общество создано на неограниченный срок деятельности на основе частной формы собственности путем добровольных вкладов учредителей в уставной капитал и строит свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства Российской Федерации.

ООО «Мир строительных технологий» имеет право от своего имени заключать договоры, приобретать и отчуждать имущественные и неимущественные права, иметь права и обязанности, соответствующие цели и видам деятельности предприятия, указанным в Уставе, быть истцом и ответчиком в суде, в том числе третейском и арбитражном. Общество имеет право получать кредиты и иные финансовые средства в России или за рубежом в соответствии с правом Российской Федерации, а также приобретать или продавать иностранную валюту в соответствующем порядке.

Общество действует на основании хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости, имеет самостоятельный баланс и

расчетный счет, также имеет печать, зарегистрированный фирменный знак и бланки со своими фирменными наименованиями.

ООО «Мир строительных технологий» отвечает имуществом за результаты своей производственно-хозяйственной деятельности и выполнение обязательств перед партнерами по договорам, государственным бюджетом, а также перед своими работниками в соответствии с действующим законодательством.

Согласно регистрационным документам основным видом деятельности компании является «Обработка металлических изделий с использованием основных технологических процессов машиностроения» (табл. 1)

Таблица 1 – Виды деятельности ООО «Мир строительных технологий»

ОКВЭД	Описание
Основной вид деятельности	
28.52	Обработка металлических изделий с использованием основных технологических процессов машиностроения
Дополнительные виды деятельности	
45.4	Производство отделочных работ
27.17	Производство холоднокатаного плоского проката без защитных покрытий и с защитными покрытиями
27.33	Производство гнутых стальных профилей
27.32	Производство холоднокатаных узких полос и лент
27.35.3	Производство профилей и конструкций шпунтового типа из стального проката
28.11	Производство строительных металлических конструкций
28.12	Производство строительных металлических изделий
51.53	Оптовая торговля лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием
51.54	Оптовая торговля скобяными изделиями, ручными инструментами, водопроводным и отопительным оборудованием
52.46	Розничная торговля скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и материалами для остекления
60.24	Деятельность автомобильного грузового транспорта
63.11	Транспортная обработка грузов
63.40	Организация перевозок грузов

ООО «Мир строительных технологий» – это предприятие, оказывающее полный комплекс услуг по производству и продаже строительных материалов, которые используются при коттеджном и малоэтажном строительстве.

Компания развивает деятельность в двух основных направлениях, включающих полный набор современных строительных материалов из тонколистовой, стали с полимерным покрытием или без него:

- кровельная система, полный ассортимент продукции, необходимый для возведения надежной и качественной кровли: кровельный профилированный лист, металлочерепица, водосточные системы для использования на зданиях и сооружениях любого назначения, отделочные элементы кровли, различные элементы безопасности кровли (снегозадержатели, мостики, кровельные ограждения и др.).

В данном направлении, компанией ООО «Мир строительных технологий» предлагается огромный ассортимент комплектующих элементов – от мансардных окон и вентиляционных выходов до гидро- и пароизоляционных мембран или теплоизоляции;

- фасадная система, включающая все элементы систем навесных вентилируемых фасадов с различной облицовкой: металлические сайдинги, линейные панели, профлисты, фасадные кассеты, керамограниты, натуральный камень.

Компания производит фасонные элементы различных размеров и сложности (отливы, откосы, парапеты, нестандартные изделия).

Помимо продукции собственного производства компания ООО «Мир строительных технологий» предлагает продукцию компаний и торговых марок: KRASALT, Tegola, Katepal, Ruflex, Holzplast и многих других.

ООО «Мир строительных технологий» предлагает комплексный подход к каждому клиенту: сотрудники компании помогают подобрать современные кровельные материалы, делают замеры и расчет любой сложности кровли и фасада, за дополнительную плату могут обеспечить консультацию

технического специалиста (с возможным выездом на объект). Для удобства клиентов компания также предлагает услуги доставки строительных материалов до объекта.

В ООО «Мир строительных технологий» действуют сервисные программы для клиентов:

- осуществляется техническая поддержка по использованию стройматериалов представителями заводов-изготовителей;
- проводятся профессиональные консультации по выбору стеновых, кровельных и ландшафтных материалов, систем креплений;
- производится расчет расхода необходимых строительных и отделочных материалов и аксессуаров к ним по проектной документации;
- осуществляется доставка стройматериалов на строительный объект в удобное для заказчика время, возможна доставка автомобилем с краном-манипулятором грузоподъемностью от 1 до 20 тонн;
- возможна бесплатная доставка образцов продукции и каталогов в офис клиента или на строительный объект.

В ООО «Мир строительных технологий» действуют специальные ценовые предложения на комплексные поставки, система скидок для постоянных клиентов, а также для крупных строительных проектов. Специальные проектные цены, согласованные с производителями стройматериалов, устанавливаются на весь период строительства объекта.

Главной целью ООО «Мир строительных технологий» является получение прибыли, совершенствование качественного обслуживания клиентов и удовлетворение потребностей населения и юридических лиц.

Одна из основных целей ООО «Мир строительных технологий» – прирост капитализации компании за счет эластичности спроса и предложения на рынке строительных товаров и как следствие более привлекательное ценообразование для клиента.

Из главной цели выражена основная миссия ООО «Мир строительных

технологий», которая заключается в развитии самых современных строительных технологий. Это позволяет повысить качество и улучшить эксплуатационные характеристики любых возводимых объектов. При этом руководство компании ООО «Мир строительных технологий» стремится сделать свою продукцию доступной как по цене, так и по наличию для потребителя любого уровня.

В настоящее время особый акцент компанией ставится на технологии в области энергоэффективности конструктивных элементов зданий и сооружений с целью снижения издержек при эксплуатации объектов.

Оценка структуры ассортимента компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. представлена в табл.2

Таблица 2 – Структура ассортимента компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

Группы строительных материалов	2012г.		2013г.		2014г.		2015г.	
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %
Вяжущие строительные материалы	9098	12,3	9064	12,3	6963	12,3	5984	13,1
Стеновые материалы	10651	14,4	9727	13,2	7699	13,6	6121	13,4
Отделочные материалы и изделия	14719	19,9	15033	20,4	12398	21,9	9090	19,9
Тепло- и звукоизоляционные материалы и изделия	10799	14,6	11496	15,6	8662	15,3	7126	15,6
Гидроизоляционные и кровельные материалы	20192	27,3	20560	27,9	15455	27,3	12927	28,3
Герметизирующие	1775	2,4	1032	1,4	849	1,5	868	1,9
Заполнители для бетона	5621	7,6	5380	7,3	3736	6,6	2878	6,3
Штучные санитарно-технические изделия и трубы	1109	1,5	1400	1,9	849	1,5	685	1,5
Итого	73964	100	73693	100	56613	100	45678	100

Согласно данным табл. 2, структура ассортимента компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. изменилась незначительно, в целом сокращение объемов производства и продаж происходит по всем группам продукции и товаров (рис 1)

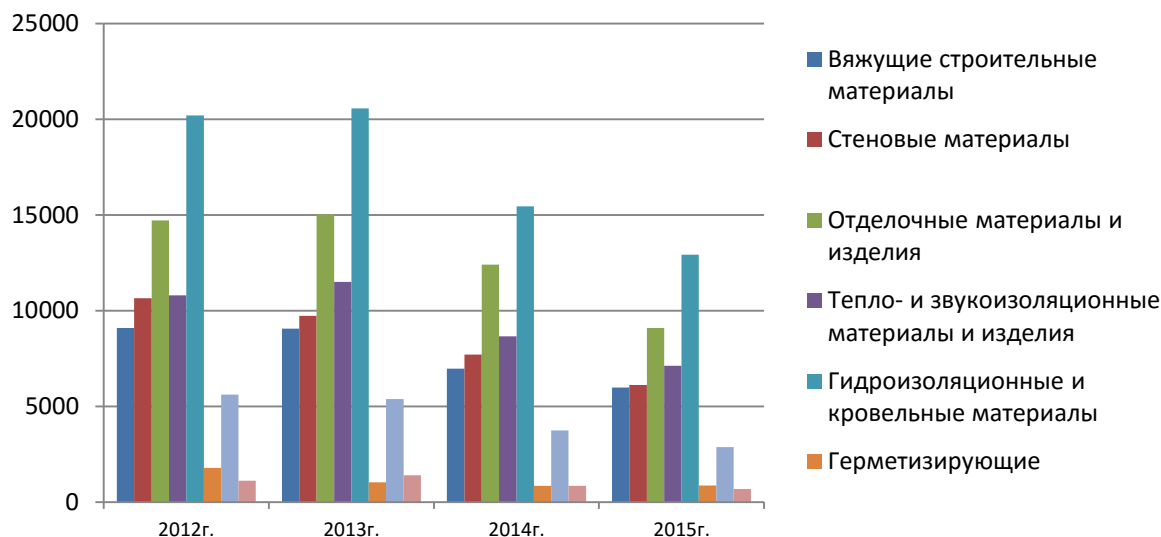


Рисунок 1 – Структура ассортимента компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

Оценка устойчивости ассортимента продукции и товаров ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. отражена в табл. 3

Таблица 3 – Оценка устойчивости ассортимента продукции и товаров компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

Период	Общее количество ассортиментных позиций, шт.	Количество ассортиментных позиций, пользующихся устойчивым спросом, шт.	Удельный вес ассортиментных позиций, пользующихся устойчивым спросом в общем количестве, %
2012г.	595	104	17,48
2013г.	544	92	16,91
2014г.	335	56	16,72
2015г.	303	49	16,17

Согласно данным табл. 3, общее количество ассортиментных позиций

продукции и товаров компании ООО «Мир строительных технологий» на протяжении 2012-2015гг. сокращается, так же, как и снижается вес ассортиментных позиций, пользующихся устойчивым спросом в общем количестве (рис.2).

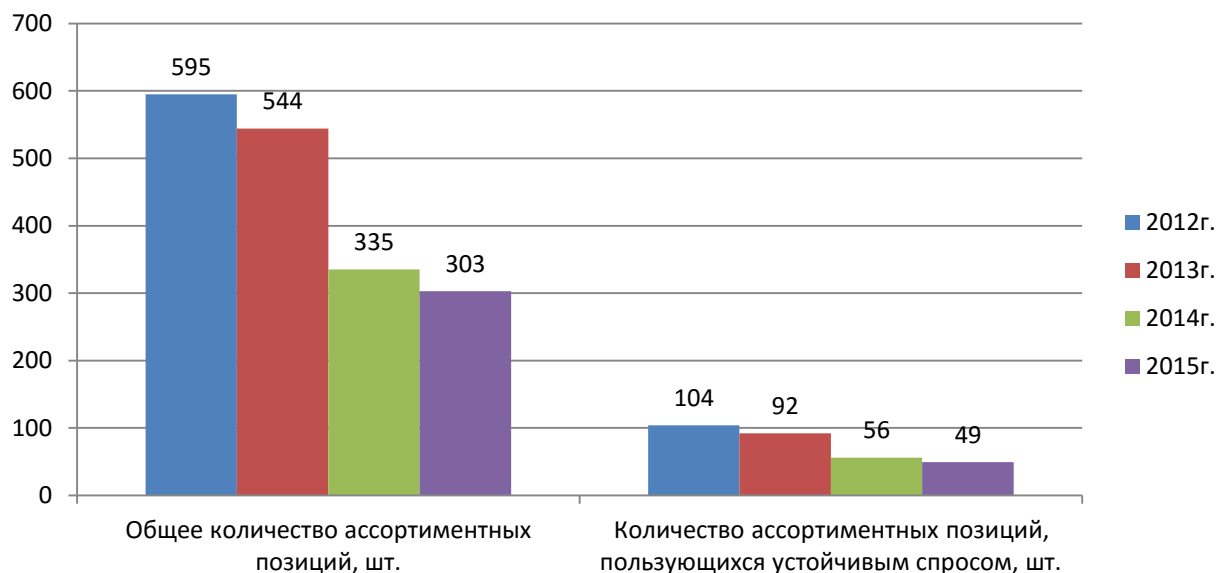


Рисунок 2 – Динамика показателей устойчивости ассортимента продукции и товаров компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

В основе стратегии ООО «Мир строительных технологий» лежит стратегия развития рынка, которая связана, прежде всего, с привлечением новых клиентов. Кроме того, руководство предприятия не останавливается на достигнутом и ведет активную деятельность, направленную на разработку новых решений и услуг опираясь на пожелания клиентов. Компания ООО «Мир строительных технологий» постоянно работает над повышением клиентоориентированности.

Кроме этого, стратегически компания ООО «Мир строительных технологий» стремится расширять ассортимент, развивать производство и увеличивать объемы производства, однако в связи с общим экономическим спадом в стране в 2013-2015гг. происходит снижение покупательского спроса на строительные материалы. В связи с этим основными целями компании в

2014-2015гг. стали удержание клиентов и объемов производства и продаж на уровне 2012-2013гг., а также сохранение кадров. Стратегические цели компании представлены на рис. 3.



Рисунок 3 – Стратегические цели компании ООО «Мир строительных технологий»

Таким образом, главная стратегическая цель компании в будущие периоды - это развивать компанию и расширять территорию обслуживания.

Далее стратегическую цель декомпозируем на функциональные цели предприятия ООО «Мир строительных технологий» (табл. 4).

Таблица 4 – Стратегические цели предприятия ООО «Мир строительных технологий»

Стратегические цели предприятия	Функции предприятия	Функциональные стратегии предприятия
Развивать компанию и расширять территорию обслуживания, сохранять наиболее профессиональные и лучшие кадры, поддерживать статус надежного и профессионального партнера	- маркетинг	Расширять рекламную компанию, создавать маркетинговые акции
	- производство	Расширять и наращивать объемы производства путем увеличения устанавливаемых видов оборудования
	- персонал	Профессиональный рост сотрудников, обучение новых сотрудников
	- финансы	Наращивание прибыли предприятия
	- менеджмент	Создание кодекса делового поведения
	- культура	Сплочение команды предприятия

Таким образом, в табл. 4 представлены распределения стратегических целей предприятия ООО «Мир строительных технологий» по всем функциям предприятия, все эти функциональные стратегии направлены на увеличение объемов производства анализируемой компании, профессиональный рост ее сотрудников и прочие функциональные цели.

2.1.2 Анализ организационной структуры предприятия

В компании ООО «Мир строительных технологий» применяется линейно-функциональная структура управления предприятием, что является наиболее благоприятным и приемлемым для данного типа компании.

Важной характеристикой организационной структуры ООО «Мир строительных технологий» является иерархичность или величина расстояния между высшим и низшим звеном организации.

Организационная структура компании ООО «Мир Строительных Технологий» представлена на рисунке 4.

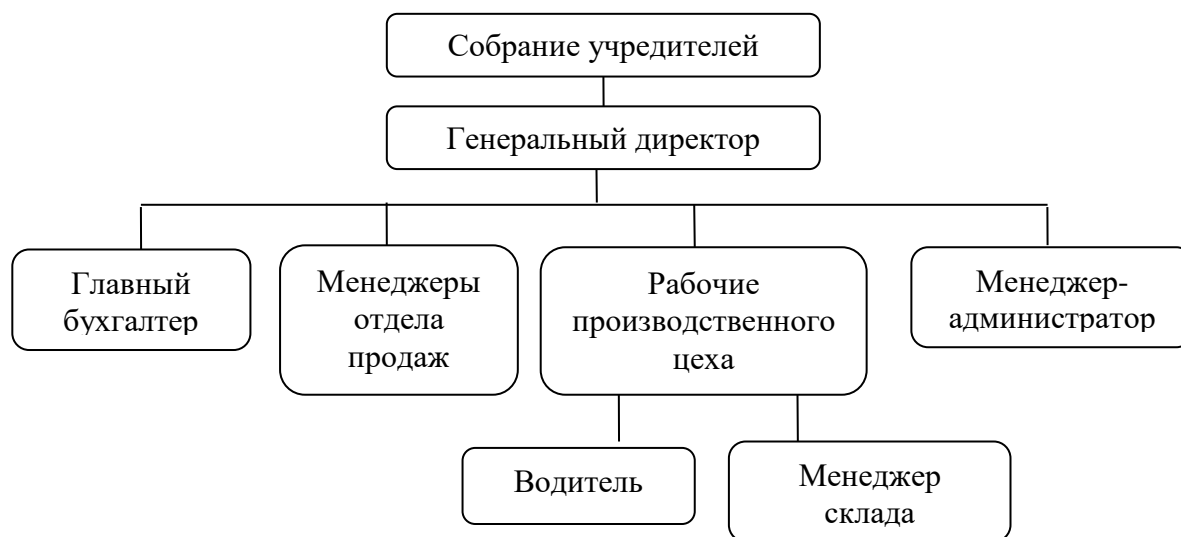


Рисунок 4 – Организационная структура компании ООО «Мир строительных технологий»

Высшим органом управления и контроля ООО «Мир строительных технологий» является собрание учредителей.

В ООО «МСТ» создан исполнительный орган в лице генерального директора, осуществляющий текущее руководство деятельностью общества.

Основные функции сотрудников компании представлены в табл. 5

Таблица 5 – Основные обязанности сотрудников компании ООО «Мир строительных технологий»

№	Должность	Характеристика обязанностей
1	Генеральный директор	Решает все вопросы деятельности Общества, кроме тех, которые входят в исключительную компетенцию собрания учредителей
2	Главный бухгалтер	Руководящий надзор за ведением бухгалтерского учета на предприятии и формированием необходимой отчетности Разработка комплекса мероприятий, направленного на формирование организационной учетной политики Выявление скрытых или явных резервов предприятия, использование их для оптимизации производственной деятельности и др.
3	Менеджеры отдела продаж	Проведение анализа рынка и сбор информации о потенциальных покупателях Привлечение новых клиентов и ведение переговоров об условиях договора Поддержание деловых отношений с клиентами через интернет, звонки, личные встречи и т.д.
4	Менеджер-администратор	Организует делопроизводство офиса, прием входящих звонков и управление исходящими звонками. Обеспечивает надлежащее содержание и эксплуатацию помещений офиса в соответствии с правилами и нормами производственной санитарии и противопожарной защиты Подготавливает материально-техническую базу для проведения сложных переговоров с партнерами, клиентами, иными категориями посетителей и пр.
5	Менеджер склада	Управление работами по отпуску, приёму и хранению материалов и складских объектов, а также управление их погрузкой и выгрузкой
6	Водитель	Следить за техническим состоянием автомобиля, выполнять самостоятельно необходимые работы по обеспечению его безопасной эксплуатации (согласно инструкции по эксплуатации), своевременно проходить техническое обслуживание в сервисном центре и технический осмотр Выполнять разовые поручения руководства, погрузочно-разгрузочные и другие работы, связанные с деятельностью Общества

Преимущества и недостатки организационной структуры управления ООО «Мир Строительных Технологий» представлены в табл. 6

Таблица 6 – Преимущества и недостатки организационной структуры управления предприятия ООО «Мир строительных технологий»

Преимущества	Недостатки
1. Единство и четкость распорядительства; 2. Согласованность действий исполнителей; 3. Простота управления; 4. Оперативность в принятии решения; 5. Четко выраженная ответственность; 6. Личная ответственность руководителя.	1. Высокие требования к руководителю; 2. Отсутствие звеньев по планированию и подготовке решений; 3. Затруднительные связи между инстанциями; 4. Концентрация власти у руководителя

Анализ численности, рабочих кадров компании ООО «Мир строительных технологий» проведем по данным табл. 7

Таблица 7 – Анализ численности рабочих кадров ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Численность персонала на начало года, чел.	11	11	10	8
Принято на работу, чел.	0	1	0	0
Выбыло, чел.	0	2	2	0
в том числе				
по собственному желанию	0	1	2	0
уволено за нарушение трудовой дисциплины	0	0	0	0
по согласованию сторон	0	1	0	0
Численность персонала на конец года, чел.	11	10	8	8
Среднесписочная численность персонала, чел.	11	11	9	8
Количество работников, проработавших весь год, чел	11	9	8	8

Согласно данным табл. 7 наибольшее движение в численности кадров предприятия ООО «Мир строительных технологий» было в 2013-2014гг., когда

было уволено 3 человека. В целом на протяжении анализируемого периода, среднесписочная численность персонала на предприятии динамично сокращалась в связи с уменьшением объема заказов у предприятия.

Показатели эффективности управления кадрами компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. представлены в табл. 8

Таблица 8 – Показатели эффективности управления кадрами компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Коэффициент оборота по приему работников	0,00	0,09	0,00	0,00
Коэффициент оборота по выбытию работников	0,00	0,18	0,22	0,00
Коэффициент текучести кадров	0,00	0,18	0,22	0,00
Коэффициент постоянства кадров	1,00	0,82	0,89	1,00

Согласно данным табл.2.8 коэффициенты оборота по приему и выбытию персонала имели максимальное значение в 2013-2014гг., что подтверждает данные предыдущей таблицы. Наибольшее значение постоянства кадров было достигнуто в 2012г. и в 2015г., и соответственно, в эти годы текучесть кадров была минимальной. Динамика показателей эффективности управления кадрами компании ООО «МСТ» в 2012-2015гг. представлена на рис.5

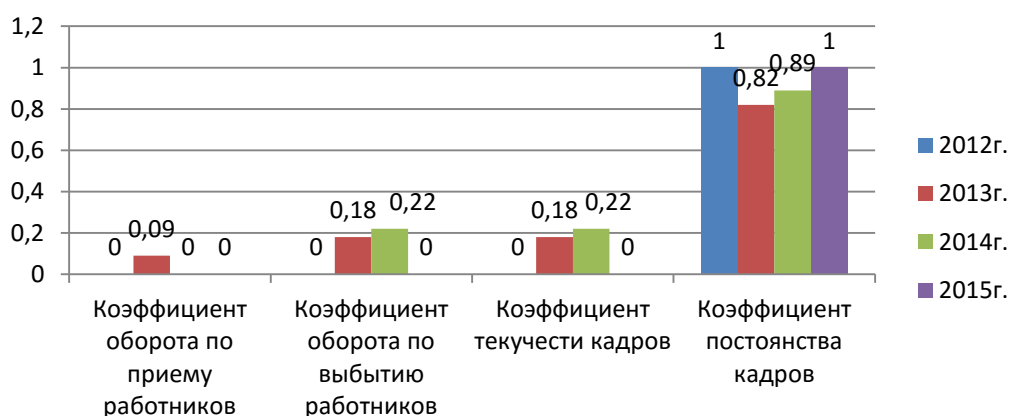


Рисунок 5 – Динамика показателей эффективности управления кадрами компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

Согласно таблице 9 можно проследить показатели состава и структуры персонала компании ООО «Мир строительных технологий» по половозрастному и квалификационному признакам.

Таблица 9 – Состав и структура персонала ООО «Мир строительных технологий» за 2012-2015 гг.

Наименование показателя	2012 год		2013 год		2014 год		2015 год	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%		
Численность, всего	11	100	10	100	8	100	8	100
Численность по возрастному признаку								
18-30	6	54,55	6	60,00	5	62,50	5	62,50
31-40	3	27,27	2	20,00	2	25,00	2	25,00
41-50	2	18,18	2	20,00	1	12,50	1	12,50
Численность по половозрастному признаку								
Женщины	4	36,36	3	30,00	2	25,00	2	25,00
Мужчины	7	63,64	7	70,00	6	75,00	6	75,00
Численность по квалификационному признаку								
Руководитель	1	9,09	1	10,00	1	12,50	1	12,50
Руководители среднего звена	2	18,18	1	10,00	1	12,50	1	12,50
Служащие	5	45,45	5	50,00	4	50,00	4	50,00
Рабочие	3	27,27	3	30,00	2	25,00	2	25,00
Численность по образованию								
Высшее	8	72,73	7	70,00	6	75,00	6	75,00
Среднее профессиональное	3	27,27	3	30,00	2	25,00	2	25,00
Среднее общее	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Среднее специальное	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Незаконченное среднее	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

Численность персонала в ООО «МСТ» сократилась в 2015 году по сравнению с 2012 годом на 27,3% и составила 8 человек. При этом основная

доля приходится на персонал в возрасте от 18 до 30 лет, преобладают мужчины. По квалификационному признаку основное количество приходится на служащих. Сокращение количества численности персонала обусловлено сокращением объемом деятельности и, соответственно, объема работы у сотрудников.

Организационная культура на предприятии характеризуется высоким профессионализмом сотрудников, следовательно, скорость выполнения работы такими сотрудниками достаточно высока.

Большое внимание здесь уделяется, прежде всего, групповому эффекту, а не индивидуальным потребностям руководителя, следовательно, каждый сотрудник имеет право на собственное мнение, что способствует благоприятной рабочей атмосфере в коллективе и даёт стимул к труду.

Для оценки эффективности управления персоналом был проведен опрос сотрудников предприятия. Опросник, который был предоставлен сотрудникам компании ООО «МСТ» представлен в Приложении А. При анализе анкет было выявлено следующее.

На 1 вопрос «Как вы оцениваете компанию как место работы?» - 50% опрошенных ответили, что их в компании «все устраивает», 37% ответили, что «не совсем все устраивает» и 13 % ответило – «не знаю».

На вопрос «Как вы оцениваете условия работы?»: 37% ответило, что их все устраивает, 38% ответило, что им не нравятся условия работы и 25% ответили, что условия работы частично удовлетворяют.

На вопрос третий «Соответствует ли материальная и нематериальная компенсация проделанной ими работе?»: 37% анкетированных ответили, что да, соответствует, 38% ответили, что труд оценивают несправедливо и 25% сотрудников ответили, что труд оценен частично справедливо.

На вопрос «Необходимы ли компании возможность развития и обучения?» 50% опрошенных сотрудников компании ответили утвердительно, 25% решили, что не нужна, и оставшиеся 25% равнодушны к этой проблеме.

Вопрос «Видите ли Вы реальную возможность сделать карьеру в компании?» только 25% решили, что это возможно, и 75% опрошенных сотрудников не видят такой возможности.

И на последний вопрос «Вы оцениваете атмосферу в компании как доброжелательную?» 75% ответили, что атмосфера в компании достаточно доброжелательна, 13% считают атмосферу неблагоприятной и оставшиеся 13% - затруднились ответить (рис. 6, рис 6.1).

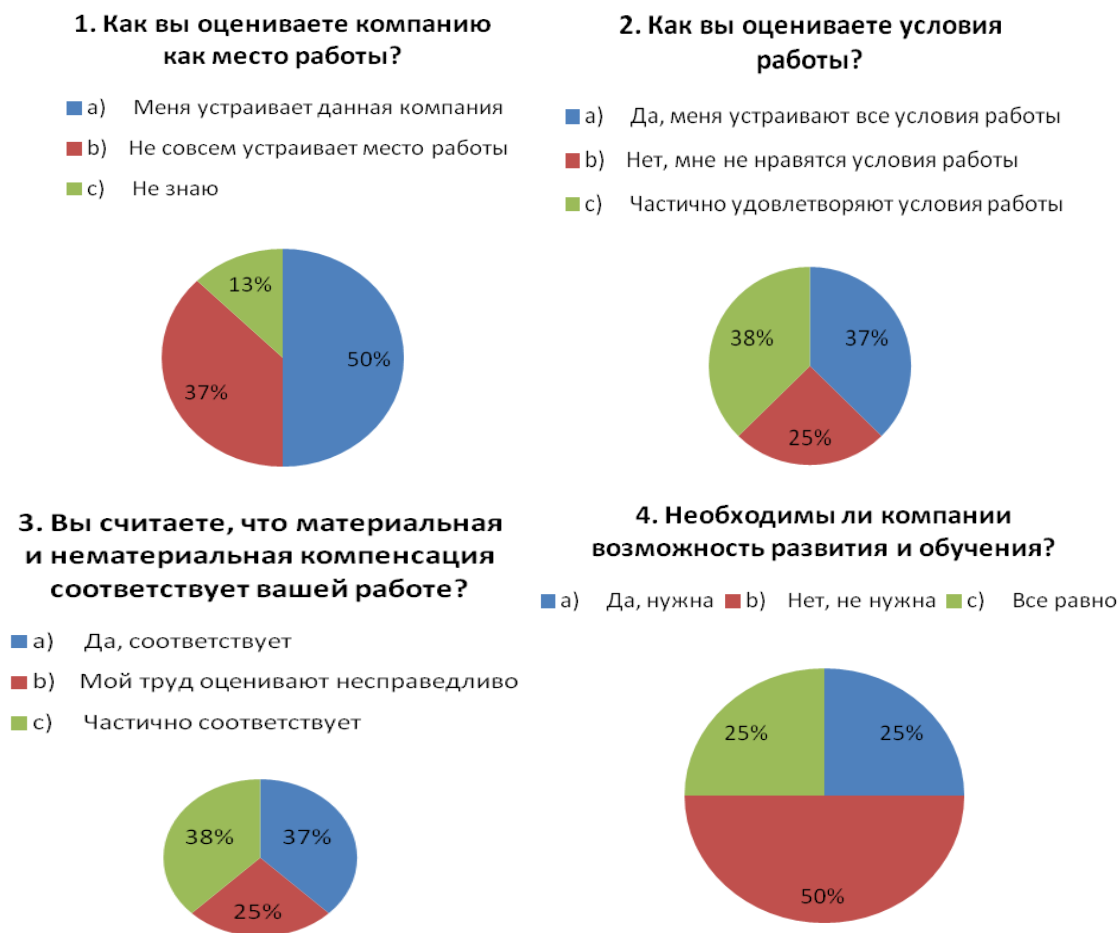
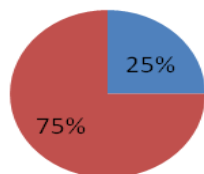


Рисунок 6 – Результаты опроса сотрудников компании ООО «Мир строительных технологий»

5. Вы видите реальную возможность сделать карьеру в компании?

- a) Да, такая возможность есть
- b) Не вижу возможностей
- c) Не знаю



6. Вы оцениваете атмосферу в компании как доброжелательную?

- a) Да, в компании доброжелательная атмосфера
- b) Нет, атмосфера неблагоприятная для работы
- c) Не знаю

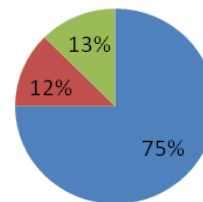


Рисунок 6.1 – Результаты опроса сотрудников компании ООО «Мир строительных технологий»

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что эффективность управления персоналом в ООО «Мир строительных технологий» носит скорее негативный характер. Отрицательное мнение заметно при оценке предприятия сотрудниками, большинство из которых считает, что компания уделяет недостаточное внимание управлению кадрами, а система мотивации в компании такова, что сотрудники не полностью заинтересованы в увеличении собственной результативности.

2.1.3 Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности

Концентрация — это процесс, направленный на увеличение выпуска продукции или оказания услуг на предприятии.

Основными показателями уровня концентрации в торговле служат масштабы предприятий, определяемые:

- годовым выпуском продукции предприятия;
- среднегодовой численностью работников предприятия;
- среднегодовой стоимостью основных фондов предприятия.

Показатели уровня концентрации предприятия ООО «Мир строительных

технологий» в 2012-2015гг. представлены в табл.10.

Таблица 10 – Показатели уровня концентрации предприятия ООО «Мир Строительных Технологий» в 2012-2015гг.

№	Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
1	Объем продаж, тыс. руб.	73964	73693	56613	45678
2	Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб.	5788	5628,5	5650	5269
3	Среднегодовая численность работников, чел.	11	11	9	8

Согласно данным табл. 10 объем продаж предприятия ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. сокращается и на конец анализируемого периода составил 45678 тыс. руб.

Снижение объема продаж в 2014г. составил 17080 тыс. руб. (23,18% от объема продаж 2013г.), в 2015г. составил 10935 тыс. руб. (19,32% от объема продаж 2014г.).

Среднегодовая стоимость основных производственных фондов торгового предприятия в 2012-2015гг. сократилась с 5788 тыс. руб. до 5269 тыс. руб. Данное сокращение обусловлено амортизационными отчислениями и продажей части неиспользуемого оборудования.

Среднегодовая численность работников предприятия также сократилась с 11 чел. в 2012г. до 8 чел. в 2015г.

Таким образом, динамика показателей уровня концентрации ООО «МСТ» свидетельствует о сокращении деятельности предприятия в 2012-2015гг.

Расчет показателей интенсификации использования ресурсов торгового предприятия ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. представлен в табл. 11.

Таблица 11 – Расчет показателей интенсификации использования ресурсов торгового предприятия ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

№	Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	Отклонение		
						2013г. от 2012г.	2014г. от 2013г.	2015г. от 2014г.
1	Выручка от реализации, тыс. руб.	73964	73693	56613	45678	-271	-17080	-10935
2	Себестоимость продукции, тыс. руб.	72652	72540	55447	43252	-112	-17093	-12195
3	Валовая прибыль, тыс. руб.	1312	1153	1166	2426	-159	13	1260
4	Среднегодовая стоимость основных производственных фондов	2788	5629	5650	5269	2841	21	-381
5	Среднесписочная численность персонала	11	11	9	8	0	-2	-1
6	Фонд оплаты труда	5550	5598	4872	4337	48	-726	-535
7	Прибыль от реализации, тыс. руб.	997	871	1060	2230	-126	189	1170
8	Налог на прибыль, тыс. руб.	414,2	1497	1695	876	1082,8	198	-819
9	Чистая прибыль, тыс. руб.	1 657	1462	56	-272	-194,8	-1406	-328
10	Рентабельность производства продукции, %	1,81	1,59	2,10	5,61	-0,22	0,51	3,51
11	Рентабельность продаж, %	1,35	1,18	1,87	4,88	-0,17	0,69	3,01
12	Фондоотдача, руб.	26,53	13,09	10,02	8,67	-13,44	-3,07	-1,35
13	Средняя величина оборотных средств, тыс. руб.	10947	16881	17098	16644	5934,5	217	-454
14	Оборачиваемость оборотных средств	6,76	4,37	3,31	2,74	-2,39	-1,05	-0,57
15	Выработка продукции на 1 чел. (производительность труда), тыс. руб.	6724	6699	6290	5710	-25	-409	-580
16	Продукция на 1 руб. оплаты труда	13,33	13,17	11,62	10,53	-0,16	-1,54	-1,09

Согласно данным табл. 11 показатели деятельности предприятия ООО «Мир строительных технологий» имеют отрицательную динамику. Товарооборот на протяжении анализируемого периода динамично сокращается.

Незначительное увеличение валовой прибыли произошло в 2015г., что объясняется сокращением расходов на оплату труда (в виде премии и ДМС) сотрудникам и, соответственно, снижением уровня себестоимости (рис.7).

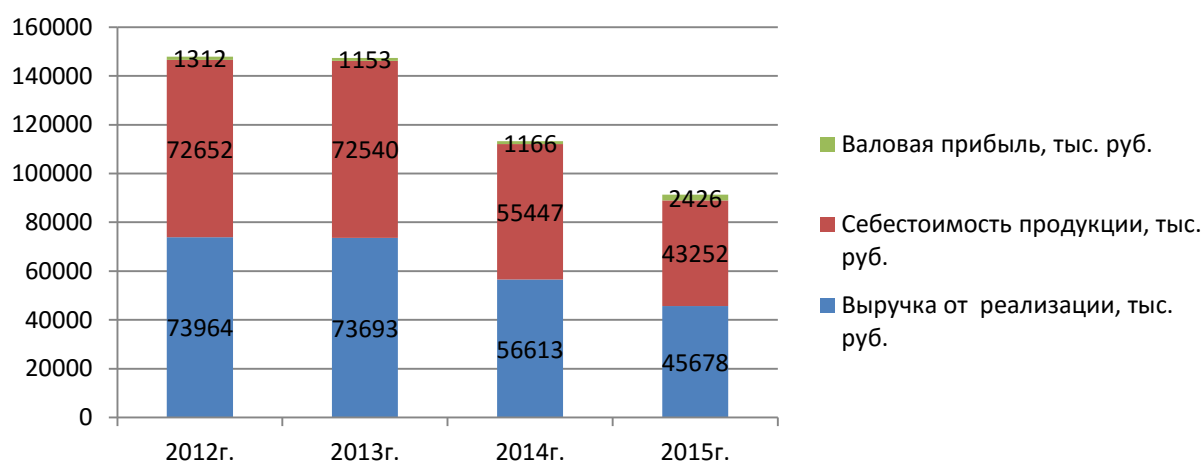


Рисунок 7 – Динамика показателей финансовых результатов деятельности предприятия ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

Сокращение объема выручки торгового предприятия ООО «Мир строительных технологий» в анализируемом периоде привело к снижению выработки, приходящейся на 1 чел. в размере 293 тыс. руб. в 2014г. и 1367 тыс. руб. в 2015г.

Прибыль, получаемая предприятием в разрезе финансово-хозяйственной деятельности, используется для расчета с бюджетом и создания фондов Общества. Чистая прибыль компании образуется в соответствии с установленным порядком после уплаты налогов, предусмотренных законодательством, и иных необходимых выплат и отчислений.

Чистая прибыль предприятия составила 1462 тыс. руб. в 2013г., 56 тыс. руб. в 2014г. и в 2015г. предприятие сработало с убытком, что свидетельствует о проблемах в финансово-хозяйственной деятельности ООО «Мир строительных технологий». В целом все показатели эффективности использования ресурсов предприятия в 2012-2015гг. имеют отрицательную динамику.

Таким образом, прибыль составляет основу экономического развития предприятия ООО «Мир строительных технологий» и укрепления его финансовых отношений со всеми участниками коммерческой деятельности.

Однако проведенное исследование показывает, что организация финансовой работы на предприятии организована недостаточно эффективно и требует совершенствования в системе контроллинга как подсистемы управления предприятием.

В целом, принимаемые руководством ООО «МСТ» решения по развитию и организации деятельности не обосновываются соответствующими расчетами и, как правило, носят интуитивный характер.

Решение проблем, возникающих перед руководством, вызывает значительные затруднения. Одной из основных причин является отсутствие в компании финансово-экономических целей и критериев.

Отсутствие у руководства четкого понимания целей, сложность ориентации в рыночных условиях, приводит к тому, что планирование отодвигается на второй план, неизбежно уступая место решению текущих дел. Нечеткие цели и отсутствие технологии финансового планирования в ООО «Мир строительных технологий» приводят к тому, что сотрудники готовят документы, по которым затруднительно принимать оперативные решения по управлению финансами и экономикой предприятия.

Отсутствие информации для целей оперативного финансового управления, существенно снижает потенциал всей системы управления компанией. Подготовленная финансовая информация часто не может быть оперативно сопоставлена с фактическими данными, а когда такая возможность появляется, проведение анализа уже становится не актуальным, поскольку корректирующие план решения принимать слишком поздно.

2.1.4 Анализ клиентов

Несмотря на то, что компания ООО «Мир строительных технологий» осуществляет свою деятельность на рынке г. Красноярска сравнительно недолгое время, оно успело уже заработать неплохую репутацию у потребителей и партнеров.

Основными клиентами компании являются непосредственно средние и малые предприятия, предприниматели, а также физические лица, которые могут не только приобрести необходимый товар, но и получить консультации по строительным материалам.

Анализ динамики клиентской базы компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. представлен в табл.12.

Таблица 12 – Анализ динамики клиентской базы компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

Показатель	2012г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Всего заключенных договоров, в т.ч.	596	407	351	280
- юридические организации	296	201	162	114
- физические лица	300	206	189	166
Количество новых клиентов, в т.ч.	120	144	88	65
- юридические организации	21	39	14	9
- физические лица	99	105	74	56
Количество клиентов, пользующихся дополнительными услугами, в т.ч.	106	68	42	31
- юридические организации	16	14	11	9
- физические лица	90	54	31	22

Согласно данным табл. 12 сокращение общего количества заключенных договоров на поставку строительных материалов произошло в связи с уменьшением количества заключенных договоров, как с юридическими, так и физическими лицами. Стоит также отметить, что в анализируемом периоде

уменьшилось и количество новых клиентов, обратившихся к компании ООО «Мир строительных технологий» за товарами и услугами. Это вызвано, в первую очередь, сокращением темпов и объемов строительства, связанным с общим экономическим спадом и, как следствие, сокращением потребления стройматериалов.

Наглядно динамика клиентской базы компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. представлена на рис. 8.

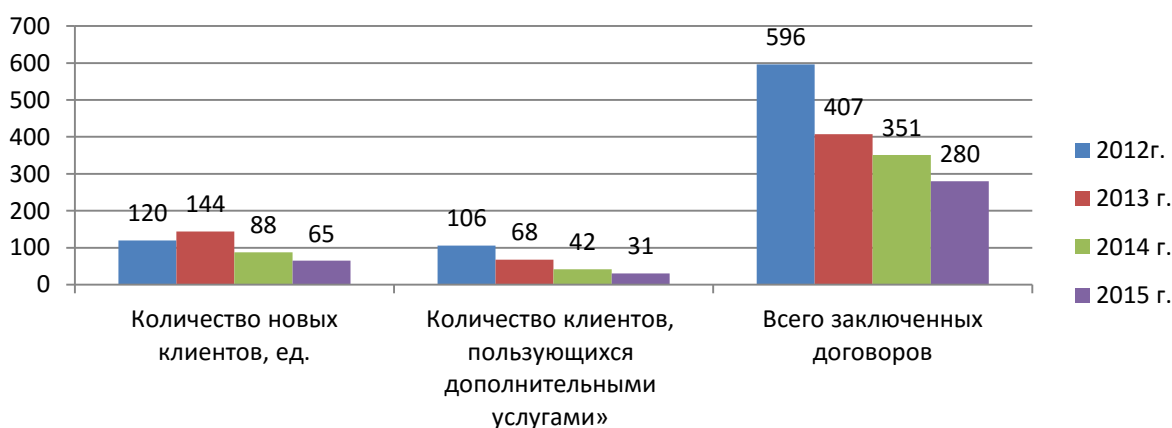


Рисунок 8 – Динамика клиентской базы компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг., ед.

Структура клиентской базы компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. представлена в табл. 13.

Таблица 13 – Структура клиентской базы компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг.

Показатель	2012г.		2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	Кол-во, ед.	Уд. вес, %	Кол-во, ед.	Уд. вес, %	Кол-во, ед.	Уд. вес, %	Кол-во, ед.	Уд. вес, %
Юридические организации	344	57,72	243	59,71	237	67,52	195	69,64
Физические лица	252	42,28	164	40,29	114	32,48	85	30,36
Всего заключенных договоров	596	100	407	100	351	100	280	100

Согласно данным табл. на начало анализируемого периода количество договоров с юридическими лицами составляло 57,72%. В течение 2012-2015гг. удельный вес договоров с организациями увеличился до 69,64%, а удельный вес договоров с физическими лицами, напротив, сократился до 30,36%. Это обусловлено значительным снижением платежеспособности населения в этом периоде.

Структура продаж ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. представлена на рис. 9.

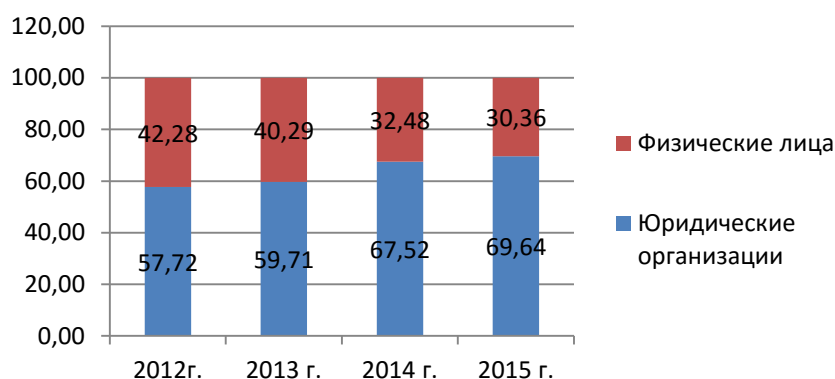


Рисунок 9 – Структура продаж ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг., %

На конец 2015 года основными клиентами компании ООО «Мир строительных технологий» являлись ООО «Экостиль», ИП Липка, ОАО «Стройиндустрия», ООО «АВК-Строй» (табл. 14).

Таблица 14 – Структура выручки компании ООО «Мир Строительных Технологий» в 2012-2015гг. в разрезе ее основных покупателей

Показатель	2012г.		2013г.		2014г.		2015г.	
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ООО «Экостиль»	9694	13,11	8952	12,15	6522	11,52	4558	9,98
ИП Липка	4557	6,16	4042	5,48	2927	5,17	2451	5,37

Окончание таблицы 14

1	2	3	4	5	6	7	8	9
ОАО «Стройиндустрия»	11885	16,07	11916	16,17	8438	14,90	8102	17,74
ООО «АВК-Строй»	9045	12,23	6242	8,47	4881	8,62	4655	10,19
Прочие организации и фирмы	21886	29,59	24677	33,49	20293	35,85	15672	34,31
Физические лица	16897	22,84	17864	24,24	13552	23,94	10240	22,42
Всего	73964	77,16	73693	75,76	56613	76,06	45678	77,58

Согласно табл. на долю основных компаний, перечисленных выше приходилось около 40-50% всего объема выручки торгового предприятия. На долю физических лиц приходится 22,84% в 2012г. и 22,42% в 2015г. (рис.10).

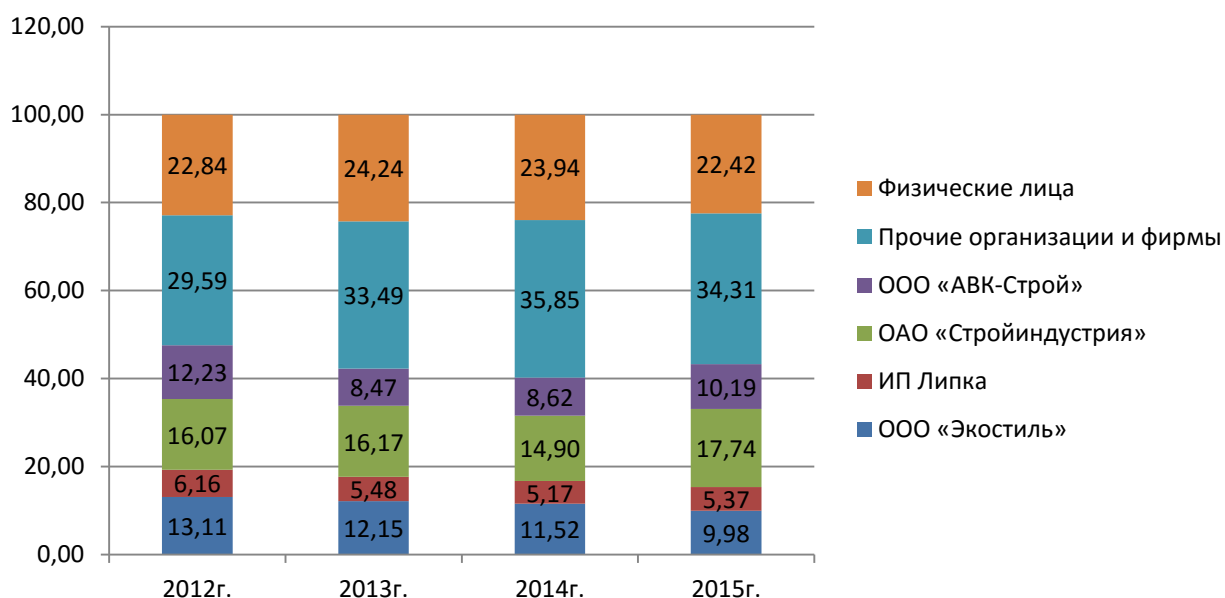


Рисунок 10 – Структура выручки компании ООО «Мир строительных технологий» в 2012-2015гг. в разрезе ее основных покупателей

Таким образом, наиболее значительные изменения клиентской базы в 2012-2015гг. обусловлены сокращением количества, как новых клиентов, так и общего количества заключенных договоров на поставку строительных материалов.

2.1.5 Уровень маркетинга

Основной рынок сбыта продукции и товаров компания ООО «Мир строительных технологий» – г. Красноярск.

Целенаправленное осуществление производственно-сбытовой деятельности предприятия ООО «МСТ» на основе изучения рынка и приспособления к нему производства продукции обеспечивает самостоятельное структурное подразделение предприятия — служба маркетинга.

Так как мы имеем дело со сравнительно небольшим предприятием, то маркетинговую деятельность выполняет генеральный директор. Именно генеральный директор организует процесс создания конкурентоспособной продукции, проводит гибкую ценовую политику, организует эффективную систему сбыта, управляет продвижением товаров на рынке.

Генеральный директор также создает систему ценообразования, охватывающую весь ассортимент продукции, в которой учитывается различия в издержках производства и сбыта для отдельных категорий потребителей, специфику в уровнях спроса, сезонность потребления товара и многие другие факторы.

Генеральный директор проявляет инициативу изменения цен, чаще всего реагируя на действие конкурентов, так как деятельность предприятия осуществляется в условиях постоянно меняющегося конкурентного окружения.

Продвижение продукции в организации ООО «Мир строительных технологий» реализуется в большинстве своем посредством рекламы:

- наружная реклама (баннеры);
- интернет-реклама;
- печатная реклама (визитки, листовки).

Стоит также отметить, что компания ООО «Мир строительных технологий» не ведет деятельность, направленную и социально значимую для общественности, например, благотворительность, помощь образованию,

культуре и прочее, поэтому никак не подлежала оценке со стороны средств массовой информации.

Сильные и слабые стороны организации маркетинга торговой компании ООО «Мир строительных технологий» представлены в табл.15

Таблица 15 – Сильные и слабые стороны организации маркетинга торговой компании ООО «Мир строительных технологий»

№	Сильные стороны	Слабые стороны
1	Разнообразие продукции и качество	Сбои в снабжении
2	Отлаженная сбытовая сеть	Недостатки в рекламной политике
3	Достаточная известность	Средний уровень цен
4	Высокий контроль качества обслуживания	Недостаточный контроль исполнения приказов и распоряжений
5	Высокая рентабельность	Не полная загруженность кадров

Наличие сильных сторон в торговой компании ООО «Мир строительных технологий» – это большее разнообразие товаров и качество, а также гибкость ценовой политики. Основные недостатки маркетинговой деятельности ООО «Мир строительных технологий»: важнейшим недостатком является и недостаточный контроль со стороны руководства за исполнением приказов и распоряжений, слабое планирование маркетинговой деятельности, нет чёткого разграничения прав, обязанностей и ответственности между сотрудниками.

Для осуществления поставок на склады компании от прямых поставщиков в системе формируются заказы, согласно потребностям, учитывая график поставок и скорость продаж каждой отдельной номенклатурной единицы ассортиментной матрицы. Заказы могут быть централизованными и децентрализованными.

Заказы формируются в специально созданной программе по утвержденному графику поставок, и размещаются на внутреннем сайте, где у каждого поставщика есть свой индивидуальный пароль доступа, при котором

он видит все заявки с номенклатурой, количеством и датой поставки.

При поступлении товара, менеджеры склада принимают товар по количеству и по качеству. Нереализованный товар по каким-либо причинам (например, нарушение товарного вида) возвращаются поставщику.

Одним из методов анализа внутренней среды предприятия является SNW-анализ. Анализируя внутреннюю среду предприятия данным методом, произведем анализ основных позиций ООО «МСТ», которые являются наиболее значимыми и оказывают наибольшее влияние на деятельность предприятия. SNW-анализ ООО «Мир строительных технологий» представлен в табл. 16

Таблица 16 – SNW-анализ компании ООО «Мир Строительных Технологий»

№	Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
		сильная	нейтральная	слабая
1	Стратегия организации		+	
2	Оргструктура		+	
3	Эффективность управления персоналом (мотивация)			+
4	Финансовое планирование			+
5	Уровень маркетинга			+
6	Дистрибуция как система реализации продукта в целом			+
7	Репутация на рынке в целом		+	

В целом проведенный анализ внутренней среды позволил выявить следующие проблемные зоны:

а) эффективность управления персоналом ООО «Мир строительных технологий» носит скорее негативный характер. Отрицательное мнение заметно при оценке предприятия сотрудниками, большинство из которых считает, что компания уделяет недостаточное внимание управлению кадрами, а система мотивации в компании такова, что сотрудники не полностью заинтересованы в увеличении собственной результативности;

б) можно выделить следующие недостатки финансового планирования в ООО «Мир строительных технологий»:

1) отсутствие эффективного алгоритма выработки, принятия, реализации и контроля за ходом выполнения управленческих решений финансового характера, во взаимоувязке последних со стратегическими и оперативными планами предприятия;

2) несовершенство реально действующего механизма реализации этих решений (совокупность информационных, материальных, финансовых и прочих отношений, материализованных в соответствующие потоки, и структурных подразделений их организующих, для достижения целей предприятия);

3) слабое информационное обеспечение процесса управления, проявляющееся в ее ориентации, преимущественно на внешних пользователей;

в) наиболее значительные изменения клиентской базы в 2012-2015гг. обусловлены сокращением количества, как новых клиентов, так и общего количества заключенных договоров на поставку строительных материалов;

г) слабая организация рекламной политики: отсутствие четкой стратегии, слабая политика продвижения, неэффективная реклама - свидетельствует о том, что проблеме продвижения продукции, которая является одним из важных факторов для поддержания эффективной деятельности предприятия, не уделяется должного внимания.

2.2 Анализ внешней среды предприятия

Под внешней средой предприятия ООО «Мир строительных технологий» понимаются все условия и факторы, которые возникают независимо от деятельности предприятия и оказывают существенное воздействие на него. Существует ряд факторов, оказывающих влияние на деятельность предприятия:

- факторы прямого воздействия (ближайшее окружение) – оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятия: потребители, конкуренты, поставщики ресурсов, трудовые ресурсы, государство, профсоюзы, акционеры (если предприятие является акционерным обществом);

- факторы косвенного воздействия (макросреда) – не оказывают прямого действия на деятельность предприятия, но учет их необходим для выработки правильной стратегии.

Сравнительная характеристика основных конкурентов ООО «Мир строительных технологий» представлена в табл.17.

Таблица 17 – Сравнительная характеристика конкурентов компании ООО «Мир строительных технологий»

Исследуемые показатели	Наименование фирм			
	ООО «Мир строительных технологий»	ООО «СТК»	ООО «ТехноНИКОЛЬ»	ООО «СатурнСтрой Маркет Крс»
Ассортимент товаров	5000-10000	10000-15000	5000-10000	10000-15000
Средний чек, руб.	10-15 тыс.	12-18 тыс.	9-12 тыс.	11-16 тыс.
Технологический уровень используемого оборудования	средний	высокий	ё	средний
Удобство месторасположения и подъезд	+	+	+	+
Репутация фирмы	Известная	Известная	Известная	Известная
Квалификация менеджеров	высокая	высокая	средняя	высокая
Уровень культуры обслуживания	высокий	высокий	средний	высокий
Применение современных методов маркетинга и управления персоналом	нет	есть	нет	есть

Согласно табл. 17 можно сделать вывод, что в целом компания ООО «Мир строительных технологий» занимает достаточно высокое положение среди предприятий, торгующих строительными материалами. Однако по некоторым показателям компания все-таки уступает своим конкурентам.

Для того, чтобы проанализировать внешнюю среду ООО «Мир

строительных технологий» применим такой метод анализа внешней среды предприятия как PEST-анализ.

PEST-анализ - это анализ внешней среды предприятия, позволяющий изучить тенденции, факты, их возможные влияния на деятельность организации в 4 областях: политика (Policy); экономика (Economy); социум (Society); технология (Technology)

Политика изучается по причине того, что она регулирует власть, которая в свою очередь определяет среду компании и получение ключевых ресурсов для её деятельности.

Основная причина изучения экономики - это создание картины распределения ресурсов на уровне государства, которая является важнейшим условием деятельности предприятия.

Анализ социальной среды показывает деятельность ООО «Мир Строительных Технологий» в отношении социума: отношение к образованию, работе и отдыху, отношение к экологии, изменение структуры доходов и другое.

Последним фактором является технологический компонент. Целью его исследования принято считать выявление тенденций в технологическом развитии, которые зачастую являются причинами изменений и потерь рынка, а также появления новых продуктов.

Таким образом, к основным рискам, связанным с деятельностью компании ООО «Мир строительных технологий» относятся:

- риски взаимодействия с контрагентами в условиях текущей политической и экономической ситуации в стране (заключение договоров в условиях подорожания продукции и товаров, в том числе импортных, с неплатежеспособными юридическими лицами, риски нарушения обязательств контрагентами);
- риски нестабильности ценообразования на продукцию и товары;
- риски непредвиденных расходов и т.п.

PEST – анализ был проведен экспертным путем. В рамках анализа экспертами выступили сотрудники ООО «Мир строительных технологий»: Факторы для PEST–анализа ООО «МСТ» представлены в табл. 18.

Таблица 18 – Факторы для PEST–анализа ООО «Мир строительных технологий»

Политика	Экономика
<p>Фактор 1 - Налоговая политика (тарифы и льготы)</p> <p>Фактор 2 - Вступление в действие Программы поддержки малого предпринимательства, которая направлена на поддержание средних и мелких компаний, но практически не работает</p> <p>Фактор 3 - Количественные и качественные ограничения на импорт, торговая политика</p>	<p>Фактор 1 - Уровень инфляции и процентные ставки</p> <p>Фактор 2 - Курсы основных валют и стремительный рост цен на товары.</p> <p>Фактор 3 - Уровень располагаемых доходов населения</p>
Социальный фактор	Технология
<p>Фактор 1 - Высокая чувствительность к цене групп с низким и средним уровнем дохода.</p> <p>Фактор 2 - Требования к качеству продукции и уровню сервиса</p> <p>Фактор 3 - Культура формирования накоплений и кредитования в обществе</p>	<p>Фактор 1 - Уровень инноваций и технологического развития строительной отрасли</p> <p>Фактор 2 - Законодательство в области технологического оснащения отрасли</p> <p>Фактор 3 - Развитие и проникновение интернета, развитие мобильных устройств</p>

После того, как все факторы, способные оказать влияние на продажи и прибыль компании выбраны, оценим силу влияния каждого фактора. Силу влияния фактора определим по шкале от 1 до 3, где:

1 - влияние фактора мало, любое изменение фактора практически не влияет на деятельность компании;

2 - только значимое изменение фактора влияют на продажи и прибыль компании;

3 - влияние фактора высоко, любые колебания вызывают значимые изменения в продажах и прибыли компании;

Вероятность колебаний оценивается экспертами по 5-ти бальной шкале, где 1 означает минимальную вероятность изменения фактора внешней среды, а

5 - максимальную вероятность.

Экспертами выступают непосредственно люди, работающие в компании:

- эксперт 1 - Генеральный директор;
- эксперт 2 - Бухгалтер;
- эксперт 3 - Менеджер по продажам.

Оценка факторов внешней среды ООО «МСТ» представлена в табл. 19.

Таблица 19 – Оценка факторов внешней среды ООО «Мир строительных технологий»

Сфера	Событие / Фактор	Характер содержания воздействия фактора	Влияние фактора	Эксперты			Средняя оценка	Влияние	Ключевой фактор
				1	2	3			
P (political) Политические факторы	Фактор 1	-1	2	2	3	4	3,00	6,00	
	Фактор 2	1	3	4	3	3	3,33	10,00	
	Фактор 3	1	2	2	3	4	3,00	6,00	
E (economical) Экономические факторы	Фактор 1	-1	2	1	1	1	1,00	-2,00	
	Фактор 2	-1	3	3	3	4	3,33	-10,00	X
	Фактор 3	-1	3	4	3	4	3,67	-11,00	X
S (socio-cultural) Социально-культурные факторы	Фактор 1	-1	2	1	1	2	1,33	-2,67	
	Фактор 2	1	3	3	4	4	3,67	11,00	X
	Фактор 3	-1	1	1	1	1	1,00	-1,00	
T (technological) Технологические факторы	Фактор 1	1	3	3	4	4	3,67	11,00	X
	Фактор 2	-1	1	3	4	4	3,67	-3,67	
	Фактор 3	1	3	4	3	3	3,33	10,00	

В политической сфере изменение в налоговом законодательстве, в социально-культурной сфере требования к качеству продукции и уровню сервиса, а в технологической - уровень инноваций и технологического развития строительной отрасли. Но кроме этого остальные факторы в каждой сфере не менее важны, т.к. различие в средней балльной оценке не большая.

Таким образом, ключевыми факторами в экономической сфере является доходы населения, что привело к сокращению продаж, потере клиентов

предприятия ООО «Мир строительных технологий».

2.3 SWOT-анализ деятельности предприятия

Далее с помощью этого SWOT-анализа проанализируем деятельность ООО «Мир строительных технологий».

С помощью этого анализа выявляются сильные стороны компании (Strengths), слабые стороны (Weaknesses), возможности (Opportunities) и угрозы (Threats), где сильные слабые стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности и угрозы являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом). Анализ деятельности представлен в табл. 20

Таблица 20 – SWOT-анализ деятельности ООО «Мир Строительных Технологий»

	ВОЗМОЖНОСТИ (O): O1: Растущий рынок O2: Появление новых технологий в строительстве O3: Улучшение производственно-экономических показателей деятельности предприятия O4: Повышение производительности труда O5: Привлечение высококвалифицированных кадров O6: Сотрудничество с крупными организациями, в т.ч. и поставщиками	УГРОЗЫ (T): T1: Неблагоприятная экономическая ситуация в стране T2: Изменение потребностей и вкуса потребителей T3: Усиление конкуренции на рынке T4: Недостаточная лояльность работников по отношению компании
--	---	--

Окончание таблицы 20

<p>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S): S1: Широкий ассортимент продукции S2: Налаженная работа с постоянными клиентами S3: Более гибкая ценовая политика S4: Организационная структура S5: Высокое качество продукции</p>	<p>O1,O5,O5,O6 – S3: Растущий рынок, повышение производительности труда, привлечение высококвалифицированных кадров позволит увеличить прибыль и привлечь новых клиентов. O6-S1, S5: Сотрудничество с новыми компаниями-поставщиками позволит увеличить ассортимент продукции, а качество продукции – это один из важнейших факторов привлечения новых клиентов.</p>	<p>T2-S2: За счет налаженной работы с постоянными клиентами можно избежать изменения потребностей и вкуса потребителей. T3-S3: Снизить давление конкурентов можно за счет гибкой ценовой политики</p>
<p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W): W1: Недостаточно благоприятный имидж компании W2: Низкий уровень рекламной деятельности W3: Низкая мотивация персонала W4: Отсутствие системы карьерного продвижения сотрудников W5: Недостаточная квалификация кадров</p>	<p>W3,W4,W5 – O3,O4: Низкая мотивация персонала, отсутствие системы карьерного продвижения сотрудников и недостаточная квалификация кадров создаст затруднения при улучшении производственно-экономических показателей деятельности предприятия. Разработка системы реализации программы повышения квалификации персонала увеличит производительность труда. W1 – O5,O6: Улучшить имидж компании можно за счет привлечения новых клиентов и поставщиков, а также привлечения высококвалифицированных кадров. W2 – O3,O6: При улучшении рекламной политики, есть возможность привлечения новых клиентов, за счет чего улучшатся производственно-экономические показатели</p>	<p>W3-T1: Ухудшение в экономической ситуации в стране может повлечь издержки в производстве. Повышение мотивации персонала и ее стабильного функционирования позволит наблюдать существенный рост финансовых показателей, расширение клиентской базы, улучшение результатов работы. W1-T4: При формировании благоприятного имиджа у компании повысится лояльность сотрудников по отношению к ней.</p>

После составления SWOT-анализа были выявлены слабые стороны

предприятия ООО «Мир строительных технологий» самыми слабыми сторонами компании является недостаточно благоприятный имидж компании, который заключается в низкой мотивации персонала, отсутствии системы карьерного продвижения сотрудников и недостаточной квалификации кадров, а также сбыт продукции, в частности низкая рекламная деятельность. Правильное понимание своих основных конкурентов ООО «МСТ» позволяет предвидеть направление их реакции на изменение цен, а также их ценовую политику. Поэтому на предприятии изучаются способы рыночного поведения конкурирующих предприятий. Однако на предприятии используются в большей мере методы ценообразования без учета потребительского спроса.

На основании проведенного анализа внутренней и внешней среды предприятия ООО «Мир строительных технологий», анализа сильных и слабых сторон, угроз и возможностей выявлены основные проблемы, над которыми необходимо поработать, чтобы улучшить финансовое состояние и эффективность деятельности предприятия:

- разработать социально-ориентированную стратегию предприятия;
- укрепления позиций предприятия на рынках;
- улучшение «качественного состава персонала»;
- разработка сбытовой политики предприятия;
- сохранение и расширение географических рынков ООО «Мир строительных технологий».

Учитывая тот факт, что факторы внешней среды силами предприятия изменить невозможно, основной упор при разработке мер совершенствования деятельности ООО «Мир строительных технологий» необходимо делать на внутренние резервы предприятия.

3 Направления совершенствования деятельности предприятия малого бизнеса ООО «Мир строительных технологий»

3.1 Разработка мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия

3.1.1 Мероприятие по оптимизации поставок материалов для сокращения затрат

Большое значение для деятельности компании ООО «Мир строительных технологий» имеет объем чистой прибыли. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о необходимости сокращения логистических затрат и оптимизацию сроков поставок материалов для предприятия.

В этой связи были проанализированы условия поставок материалов и выявлены «проблемные» поставщики: ООО «Металл-плюс».

Компания часто нарушает различные пункты договора поставки материалов. Споры компании ООО «Мир строительных технологий» с этим поставщиком по договорам поставки чаще всего возникают по следующим причинам:

- недопоставка товара, то есть поставка в меньшем количестве;
- нарушение оговоренных сроков поставки груза;
- поставка товаров плохого, ненадлежащего качества.

Динамика количества нарушенных условий договоров поставки товаров ООО «Металл-плюс» за 2012-2015гг. представлена на рис. 11



Рисунок 11 – Количество нарушенных условий договоров поставки товаров ООО «Металл-плюс» за 2012-2015гг.

На стадии закупок проблемы несвоевременности и недоставки материалов надлежащего качества приводят к увеличению среднего уровня запасов сырья и материалов, созданию повышенных страховых запасов компании ООО «Мир строительных технологий».

При отсутствии или недостаточности запаса для замены недоставленной продукции компании ООО «Мир строительных технологий» приходится принимать меры к восполнению недостающих материалов, изделий. Такими мерами, в частности, являются:

- вывоз продукции собственным транспортом, доставка продукции ускоренным способом и доставка продукции от другого поставщика (изготовителя);
- применение в производстве более дорогостоящей продукции, чем предусмотрено сметой;
- изготовление недостающей продукции собственными силами;
- возврат некачественной или некомплектной продукции поставщику;
- ассортиментные сдвиги в производстве компании ООО «Мир строительных технологий».

При вывозе продукции собственным транспортом, ускоренным способом и доставке ее от другого поставщика возникают убытки из-за превышения фактических расходов на перевозку по сравнению с плановыми.

Однако у предприятия ООО «Мир строительных технологий» есть возможность влиять на величину затрат материальных ресурсов, начиная с их заготовки: правильный выбор поставщиков материалов влияет на себестоимость продукции.

Для того, чтобы понять, насколько эффективно будет данное изменение, проведем сравнительный анализ данных «проблемного» и «перспективного» поставщиков ООО «Мир строительных технологий» по определенным критериям, таблица 21.

Таблица 21 – Сравнительный анализ поставщиков ООО «Мир строительных технологий»

Критерий	АО «Стальмаг»	ООО «Металл-плюс»
Адрес	Красноярский край, г.Красноярск, ул. Дудинская, д.3	Красноярский край, г.Красноярск, улица 9 Мая, д. 63
Репутация, имидж компании	Высокий	Средний
Надежность	Высокая	Средняя
Качество продукции, соответствие стандартам	Высокая, соответствует стандартам	Средняя, соответствует стандартам
Возможный объем поставок в мес., тонн	до 150	до 100
Уровень цены на сырье, руб. за тонну	29489	29952
Условия поставки, формы расчетов	По требованию поставщика	Любые, по желанию потребителя
Дополнительные услуги	Длительные отсрочки по платежам (до 21 дн.), возможность дополнительного заказа	Предоставление скидок до 5 %, поставка сырья строго по графику

Исходя из таблицы 21, можно сделать следующие выводы: ООО «Металл-плюс» имеет средний уровень репутации и надежности, в отличие от

АО «Стальмаг». Хорошее качество, высокий уровень обслуживания делают АО «Стальмаг» более привлекательным поставщиком. Таким образом, можно сделать вывод о наиболее выгодном сотрудничестве с компанией АО «Стальмаг», так она обладает более выгодными условиями и лучшим сервисом.

Организационные затраты на ведение переговоров и заключение договоров поставки с новым поставщиком составят около 15 тыс. руб.

3.1.2 Мероприятия по расширению ассортиментного ряда товаров

Необходимо отметить, что для удержания своих позиций на рынке предприятию необходимо поддерживать широкий ассортимент предлагаемой продукции, вести тщательно обдуманную ценовую политику, выбирать наиболее оптимальных поставщиков и продолжать применять все возможные методы формирования и стимулирования спроса покупателей.

Обеспечение необходимого уровня обслуживания покупателя и рост основных экономических показателей деятельности торгового предприятия зависят от правильного формирования ассортимента товаров в магазине.

Несмотря на финансовые трудности и экономическую нестабильность предприятие сумело удержать рынок сбыта товаров за последние годы. Предприятию необходимо представлять покупателям еще больший ассортимент товаров, что повлечет повышение спроса и, следовательно, увеличение объема продаж, что в свою очередь, приведет к увеличению объемов расчетных операций.

Необходимо расширить имеющийся ассортимент продаваемых строительных товаров сопутствующими, а именно – организовать продажи строительного оборудования и спецодежды.

В ходе исследования во время участия в специализированной выставке «Малоэтажное домостроение. Строительные и отделочные материалы» был проведен опрос среди физических и юридических лиц о возможных

необходимых или предстоящих покупках. Результаты опроса представлены в табл. 22

Таблица 22 – Оценка спроса на строительное оборудование и спецодежду

№	Группы оборудования	Физ. лица		Юр. лица	
		Кол-во, чел.	Уд. вес, %	Кол-во, чел.	Уд. вес, %
1	Окрасочное оборудование	4	2,00	28	14,00
2	Пескоструйное оборудование	0	0,00	16	8,00
3	Грузоподъемное оборудование	2	1,00	32	16,00
4	Электротехническое и световое оборудование	22	11,00	20	10,00
5	Тепловое и климатическое оборудование	69	34,50	46	23,00
6	Оборудование для работы с арматурой	1	0,50	14	7,00
7	Спецодежда	102	51,00	44	22,00
	Всего	200	100	200	100

Согласно данным табл. 22 среди населения наибольший интерес был вызван к спецодежде (51%), тепловому и климатическому оборудованию (34,50%). На третьем месте электротехническое и световое оборудование – 11% от общего количества опрошенных физических лиц.

Спрос на строительное оборудование у юридических лиц: 23% представителей компаний заявили о необходимости покупки теплового и климатического оборудования, 22% посчитали необходимым к покупке спецодежды, 16% нуждаются в грузоподъемном оборудовании и 14% - в окрасочном оборудовании.

Спрос на строительное оборудование и спецодежду среди населения представлен на рис. 12

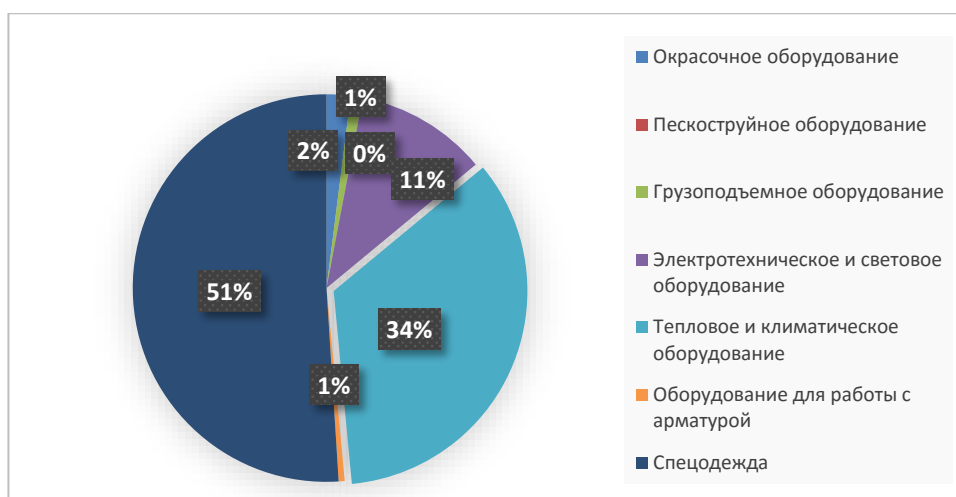


Рисунок 12 – Спрос на строительное оборудование и спецодежду среди населения

Спрос на строительное оборудование и спецодежду среди компаний представлен на рис.13.

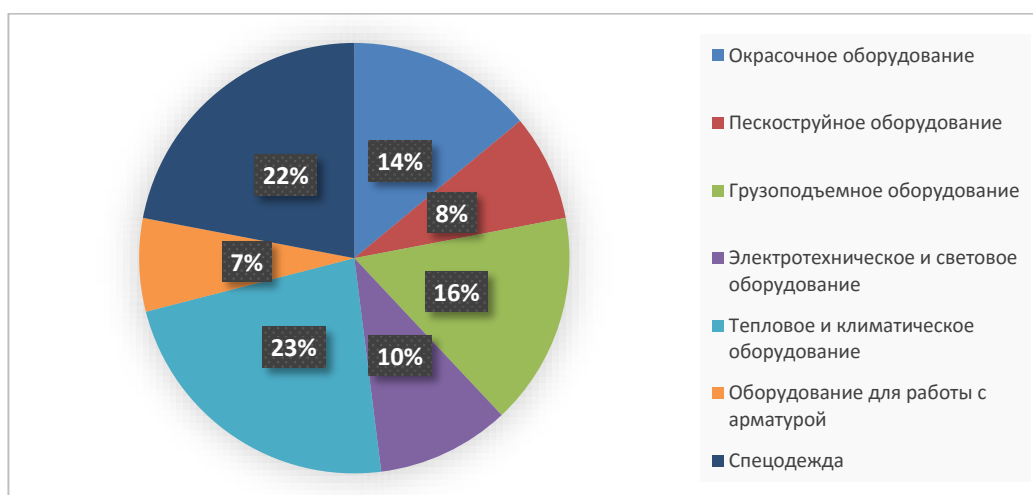


Рисунок 13 - Спрос на строительное оборудование и спецодежду среди компаний

Спрос на спецодежду объясняется тем, что она необходима для обеспечения комфорта и безопасности труда в различных сферах профессиональной деятельности (строительстве, медицине, на производстве, в сфере обслуживания, для дорожных служб, ремонтных работ и т. п.).

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о возможном расширении ассортимента предлагаемых товаров – предложении к продаже

различного вида спецодежды, которая будет пользоваться спросом не только у строительных организаций, но и у компаний других сфер деятельности и у частных лиц.

Стоит также отметить, что вложения по данной группе товаров будут не большими, так как для начала следует закупать их небольшими партиями.

Закупки товаров планируется осуществлять у компании ООО «Краспромснаб», которая занимается пошивом и реализацией спецодежды для большинства отраслей промышленности и сферы торговли. Собственный пошивочный цех данной компании позволяет быть уверенным в регулярном пополнении склада продукции.

На выбор данной компании поставщика повлиял и тот факт, что при разработке изделий этой компанией разработаны собственные стандарты пошива:

- при пошиве используется толстая обувная нить 70 ЛЛ;
- в зимних куртках толщина слоя синтепона 400 г/м² (что заметно при сравнении товаров с аналогичными швейными изделиями других фирм);
- на нашей спецодежде не используется китайская фурнитура – на куртках вшиты молнии латвийского производства (ARTA);
- в местах повышенной нагрузки выполняется дополнительная прострочка швов (двойные швы на локтевых сгибах, на брюках сзади и по бокам, на карманах усиленная прострочка даже на летних изделиях).

Это позволит нашей компании быть уверенными в качестве предлагаемой спецодежды.

Склад и офис ООО «Краспромснаб» расположены по одному адресу в г. Красноярске по ул. Джамбульская 12 В. ООО «Краспромснаб» специализируется на комплексном обеспечении организаций, поэтому реализуется спецодежда оптом, в том числе пошитая на заказ. Доставка товаров на сумму более 50 тыс. осуществляется бесплатно.

Планируемые расходы на закупку товаров представлены в табл. 23

Таблица 23 – Расходы на закупку товаров

№	Виды	Сумма, руб.
1	Рабочие костюмы	160000
2	Куртки и жилеты	90000
3	Брюки и комбинезоны	80000
4	Головные уборы	10000
5	Спец. обувь	100000
6	Медицинская спецодежда и сферы услуг	80000
7	Защитная одежда	40000
8	Одежда для охоты, рыбалки, туризма	80000
	Итого	640000

Таким образом, расходы на расширение ассортимента составят около 640 тыс. руб. первоначальных вложений.

3.1.3 Мероприятие по оптимизации системы оплаты труда

Введение в систему мотивации менеджеров по продажам процента с продаж считается одним из наиболее оптимальных способов влияния на увеличение объемов продаж.

Рассмотрим возможность создания зарплатной схемы для менеджеров отдела продаж ООО «Мир строительных технологий».

Непосредственно заработная плата состоит из двух частей:

- базовой - постоянной части, которая устанавливается каждому сотруднику отдела продаж (она может варьироваться в зависимости от знаний, навыков, опыта и уровня должности).

Базовая часть должна быть несколько ниже среднерыночной, чтобы на неё было неуютно жить без премии. Величина базовой части устанавливается таким образом, чтобы итоговая заработная плата (то есть уже вместе с премией), при общей результативности ~70%, соответствовала среднерыночной.

Таким образом, фактическую премию (доход, превышающий

среднерыночный) сотрудник начинает получать только при результативности, превышающей 70%.

Так, среднерыночный уровень заработной платы на должности менеджера Отдела продаж составляет 30 000 руб.

$$30\,000 \text{ руб.} = X \times 1,7$$

$$X = 30\,000 \text{ руб.} / 1,7 = 17\,647 \text{ руб.}$$

Таким образом, базовую часть заработной платы можно установить в размере 18 000 руб.

- переменной части.

Переменная часть рассчитывается по формуле:

$$\text{Переменная часть} = \text{Базовая часть} \times \text{Общая результативность}$$

Из этого следует, что базой для исчисления переменной части является базовая часть зарплаты сотрудника, а не прибыль, оборот, число продаж и т.д.

Итоговая заработная плата рассчитывается по формуле:

$$\text{Итоговая з/п} = \text{Базовая часть} + \text{Переменная часть}$$

Конечный результат учитывает и количество продаж, и оборот, но вознаграждение за него начисляется в долях от зарплаты. Просто размер «доли» прямо завязан на результативность.

Такой подход убирает необходимость определять вклад сотрудника «в общее дело» с целью «справедливого» распределения премии (от прибыли, валовой выручки и т.п.). И, что не менее важно, такой подход не провоцирует сотрудников на отвлекающие от работы мысли о «справедливости».

Необходимо установить эталоны сразу по двум параметрам продаж: эталон по обороту и эталон по числу продаж.

Эталон – это прогноз продаж на заданный период. Это не предельная, а нормальная результативность. Её превышение поощряется переменной частью.

В установлении нормы неверно отталкиваться от уже существующих результатов, которые являются изначально низкими. Поэтому эталон должен быть привязан к максимальной точке результата, возможного в рамках

теперешней технологии продаж.

Расчет результативности менеджера Отдела продаж ООО «Мир строительных технологий» представлен в табл. 24

Таблица 24 – Расчет результативности менеджера Отдела продаж ООО «Мир строительных технологий»

Параметры	Факт	Эталон	Результативность
Оборот, тыс. руб.	3806	4500	84,5% (0,85)
Число продаж, ед. договоров	20	25	80% (0,80)
Общая результативность	X	X	68% (0,68)

Общая результативность, в данном случае, подсчитывается как произведение результативности по обороту на результативность по числу продаж.

Но в реальном бизнесе основные проблемы часто возникают с сотрудниками, которые работают на 30-60% от реально возможного. Но сама работа «на 30-60%» должна быть признана абсурдной.

Поэтому необходимо ввести граничные условия. Переменную часть, обеспечивающую доход, превышающий среднерыночный, сотрудник должен получать только при результативности, превышающей 70%. В противном случае, зарплата сотрудника должны быть ограничена только базовой частью и 50% от премиальной части.

Для сравнения рассчитаем заработную плату сотруднику, с результативностью, не достигшей и достигшей 70%.

Заработная плата сотрудника по фактической результативности за март 2016г.:

$$0,85 \times 0,8 = 0,68 \text{ или } 68\%$$

$$18\,000 + 18\,000 \times 68\% / 2 = 18\,000 + 12\,240 / 2 = 24\,120 \text{ руб.}$$

Заработная плата сотрудника в случае достижения результативности в размере 70%:

$$18\ 000 + 18\ 000 \times 70\% = 18\ 000 + 12\ 600 = 30\ 600 \text{ руб.}$$

Таким образом, при базовой части в 18 000 руб. заработная плата менеджера отдела продаж, работающего с результативностью 68%, будет на 6480 руб. меньше, чем у менеджера, работающего с результативностью 70%.

В том случае, если сотрудник систематически не достигает значимой результативности (70%), рекомендуется уточнить: не завышены ли эталоны.

Дополнительные вопросы, которые могут возникнуть при внедрении новой системы оплаты труда:

- как выставлять эталоны с учетом сезонности.

Если сезонные колебания находятся в пределах, поддающихся управлению, то задача решается не изменением эталона (который не меняется и устанавливается по хорошему сезону), а изменением планки минимальной результативности: вне сезона можно установить минимальную результативность – 60%, а эталон сохранить; в сезон – минимальную результативность – 80% при том же эталоне.

- как при помощи этой зарплатной схемы стимулировать сотрудников уделять больше внимания наиболее актуальному на данный момент показателю (объёму продаж или количеству сделок).

Для оценки работы менеджеров можно предложить использовать весовые характеристики (по принципу «80:20»). Если необходимо, то можно сделать основной упор на увеличение «количества сделок» (т.е. числа клиентов, купивших товар), или наоборот. Тогда тот показатель, вес которого установлен как 20, повлияет на зарплату сотрудника в среднем в 4 раза меньше, чем тот показатель, вес которого равен 80.

Например, у менеджеров по продажам результативность зависит на 80% от числа сделок и на 20% от оборота по сделкам:

$$\text{Результативность общая} = \text{Результативность по обороту} \times 20\% + \text{Результативность по числу сделок} \times 80\%$$

Другой вариант - результативность, напротив, зависит на 80% от оборота

по сделкам и на 20% от числа сделок:

Результативность общая = Результативность по обороту x 80% +
Результативность по числу сделок x 20%

В каждом случае менеджерам устанавливаются эталоны.

Важно обязательно учитывать число сделок (клиентов) менеджера. Во-первых, именно из «числа сделок» видна реальная трудоемкость (производительность) работы менеджера. Во-вторых, если менеджеру один раз попадётся очень платёжеспособный клиент, который купит сразу товара на большую сумму, то такой менеджер, получив вознаграждение от оборота, перестанет работать.

Будут увольнения объективно слабых сотрудников. Будут проявления ранее скрытых краж и «откатов» (когда сотрудник, получающий мало, тем не менее, очень долго не увольняется). Будут проявления и других управленческих задач. Но будет и увеличение зарплат тех, кто работать может и хочет. Сотруднику, не достигающему минимальной результативности, будет выплачиваться только некоторая фиксированная зарплата (базовая часть).

Рассмотрим, как должно проводиться внедрение новой зарплатной схемы в компании ООО «Мир строительных технологий».

- руководитель Отдела продаж ООО «Мир строительных технологий», не изменяя модели заработной платы, задает нормы по обороту и числу продаж или по «количеству контактов, закончившихся сделкой» и «стоимости средней сделки» и т.п.;

- руководитель Отдела продаж вводит 1 планерку в неделю (пятница) и выдаёт соответствующие задания на следующую неделю. На планерках каждый менеджер должен будет отчитаться. Умение выполнить план по заданным показателям в дальнейшем может повлиять на величину базовой части менеджеров.

Когда менеджеры начнут работать в полную силу, нужно будет сравнить самых лучших менеджеров со всеми остальными и выяснить в чем дело (то

есть, в чем причина расхождений).

После того, как станет понятно, что из этой технологии работы ничего уже больше не выжать, можно установить категории сотрудников отдела продаж и эталоны по числу продаж и обороту по каждой категории.

Период времени между старой и новой моделями заработных плат составляет примерно три месяца. Заработная плата в эти три месяца выдаётся еще «по-старому», но «по-новому» она тоже считается и показывается менеджерам. Это делается для того, чтобы они привыкали и понимали, сколько они заработают, если покажут такие же результаты при новой системе зарплат.

Оформление необходимых документов по новой зарплатной схеме сотрудников Отдела продаж ООО «Мир строительных технологий» потребует лишь затрат на расходный материал.

3.1.4 Мероприятие по оптимизации рекламной деятельности для привлечения клиентов

В компании ООО «Мир строительных технологий» нет специального маркетингового отдела, где работали бы специалисты в области маркетинга. Исследования рынка производятся специалистами отдела продаж.

Торговой компанией ООО «Мир строительных технологий» используются следующие типы рекламы (табл. 25).

Таблица 25 – Характеристика используемых ООО «Мир строительных технологий» средств рекламы

Тип рекламы	Характеристика
Торгово-розничная реклама	Носит локальный характер и сфокусирована там, где расположен офис
Адресно-справочная реклама	Дает возможность узнать, как и где приобрести строительные материалы. Формой адресно-справочной рекламы являются справочники

Размещение рекламы ООО «Мир строительных технологий» проводится

без предварительного планирования бюджета, по мере возникновения финансовых возможностей. Кроме того, фирма пользуется услугами рекламного агентства при разработке конкретных рекламных проектов.

Обычно все решения в области рекламы ООО «Мир строительных технологий» принимаются по схеме, которая представлена на рис. 14

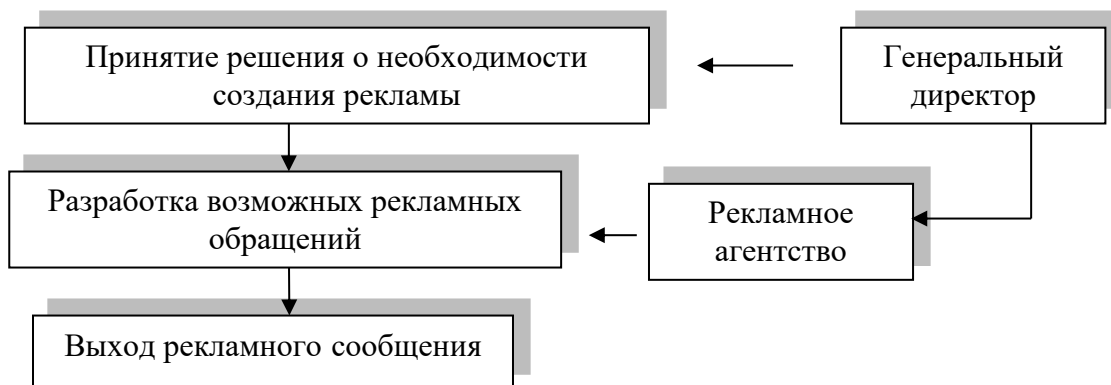


Рисунок 14 – Общая схема принятия маркетинговых решений ООО «Мир строительных технологий» в области рекламы

Директор принимает решение об использовании конкретного вида рекламы, обращается в рекламное агентство, которое разрабатывает возможные рекламные обращения.

Таким образом, размещение рекламы ООО «Мир строительных технологий» проводится без анализа рынка, и предварительного планирования бюджета, по мере возникновения финансовых возможностей. Такой подход не приносит положительных результатов.

В связи с этим была разработана новая схема принятия маркетинговых решений в области рекламы (рис. 15).

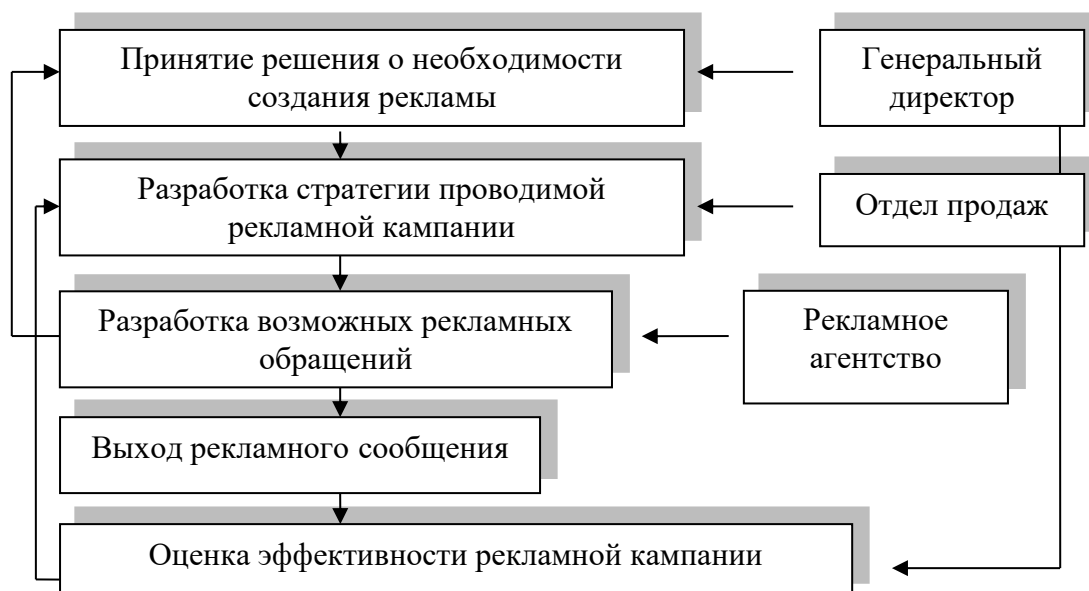


Рисунок 15 – Предлагаемая схема принятия маркетинговых решений в области рекламы

Согласно предлагаемой схеме порядок принятия решений следующий:

На 1-м этапе директор принимает решение об использовании конкретного вида рекламы, ставится задача, разрабатывается стратегия проводимой рекламной кампании и выбирается рекламное агентство, в которое фирма обратится.

После этого выбранное рекламное агентство получает заказ на рекламу. В заказе обычно присутствует следующая информация: средство рекламы, ее содержание, предполагаемый объем сообщения и другая информация.

На 2-м этапе сотрудниками Отдела продаж ООО «МСТ» разрабатывается стратегия проводимой рекламной кампании (Приложение Д).

На 3-м этапе рекламное агентство занимается разработкой возможных рекламных обращений. Обычно предлагается 3-4 варианта. Все эти варианты предлагаются руководителю предприятия на рассмотрение.

На 4-м этапе выход рекламы «в свет». Отобранный вариант рекламы доходит до покупателя и оказывает на него воздействие.

Статистика звонков в Отдел продаж позволяет сделать следующие выводы. Основная масса входящих звонков связана с наружной рекламой

(45%), 5% звонящих заинтересовались продукцией компании после изучения подобных предложений в интернете, 5% получили информацию о компании на специализированной выставке.

Статистика первоисточника информации о продажах продукции ООО «Мир строительных технологий» представлена на рис. 16

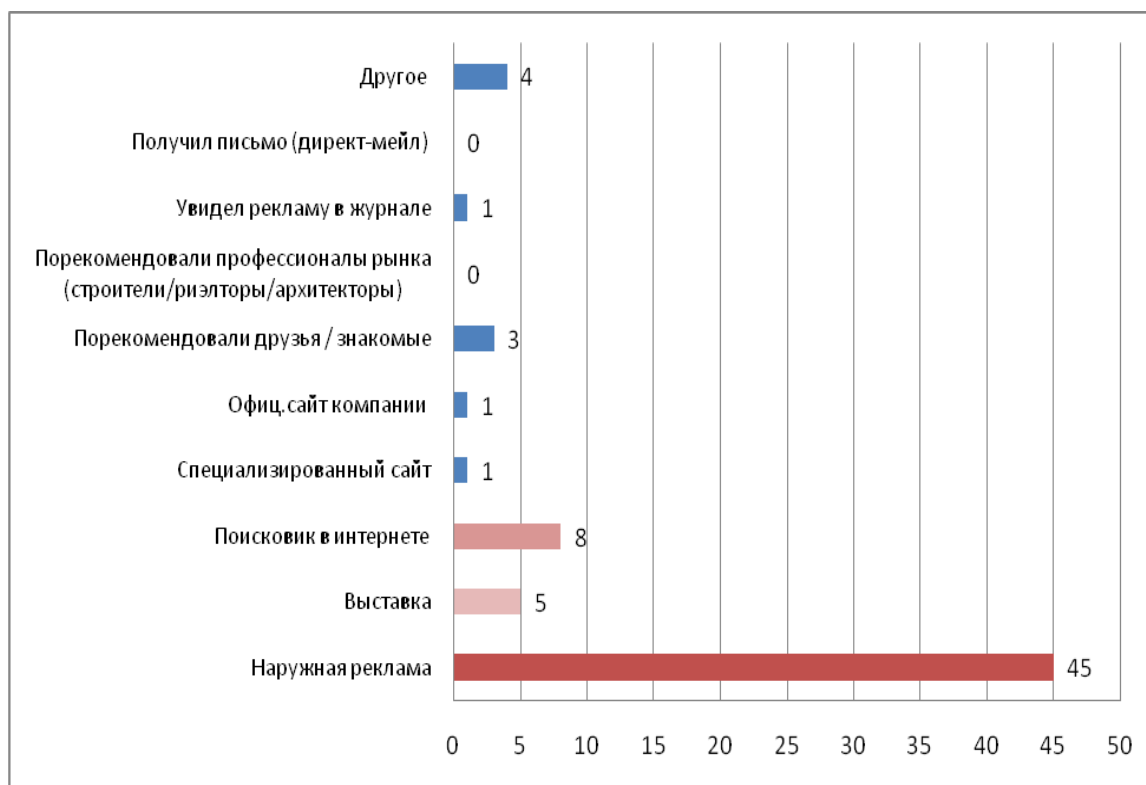


Рисунок 16 – Статистика первоисточника информации о продажах продукции ООО «Мир строительных технологий»

Среди печатных средств массовой информации самыми популярными изданиями о загородной жизни являются «Особняк» (25%-ный трехмесячный охват). Аудиторию журнала «Особняк» составляют мужчины и женщины от 30 лет; уровень дохода средний и выше среднего. Они уже вовлечены либо еще планируют заняться строительством и обустройством загородного жилья, а также прилегающей территории.

Далее с большим отрывом следуют «Дом снаружи и внутри» (по 15%), «Сибирское строительство» (13%).

Наиболее популярной радиостанцией является Дорожное радио (25%

назвали ее как любимую радиостанцию), второе место занимает Радио Дача (21%), третье – Ретро FM (14%). Однако стоит отметить, что как печатная продукция, так и радиостанции занимают последние места статистике первоисточника информации о продажах строительных материалов.

Также с целью увеличения продаж была организована и проведена рекламная кампания, с участием в ежегодной специализированной выставке «Малоэтажное домостроение. Строительные и отделочные материалы», проходившей 11-14 мая 2016г. в г. Красноярске.

Выставочная компания «Красноярская ярмарка» — одно из самых крупных по Сибири и Дальнему Востоку выставочных предприятий. Из 300 крупных выставочных компаний России «Красноярская ярмарка» по основным показателям уверенно входит в восьмерку ведущих.

За 23 года компания провела около 880 конгрессно-выставочных мероприятий, в которых приняли участие российские и иностранные компании.

Количество посетителей, пришедших на выставочные площадки за 23 года, превысило 2 600 000 человек.

Показатели специализированной выставки «Малоэтажное домостроение. Строительные и отделочные материалы» представлены в табл. 26.

Таблица 26 – Показатели ежегодной специализированной выставки «Малоэтажное домостроение. Строительные и отделочные материалы»

Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.
1. Количество участников	160	166	172	176	179
2. Количество представленных регионов России	9	10	10	10	10
3. Площадь экспозиции	8300	8500	8500	8500	8500
4. Количество посетителей	11904	11968	12044	12418	12964
5. География посетителей:					
- регионов России	18	19	20	20	20
- городов и районов Красноярского края	24	25	25	26	26

Затраты на участие ООО «Мир строительных технологий» в выставке представлены в табл. 27.

Таблица 27 – Затраты на участие ООО «Мир строительных технологий» в ежегодной специализированной выставке «Малоэтажное домостроение. Строительные и отделочные материалы»

Статья затрат	Сумма, руб.
Реклама путеводитель	21830
Регистрационный сбор	9558
Оплата за выставочную площадь	155524
Полиграфия	67350
Вкладки	33160
Буклеты	30900
Визитки	3290
Застройка стенда	76478
Шуруповерт	1499
Лестница	2899
Расходные материалы	2160
Металлоконструкция	28760
Оформление (трава)	12660
Баннер, наклейки	19200
Лазерная гравировка	4600
Пожарный сертификат	3000
Транспортные расходы	1700
Оплата работы промоуторов	17900
Лайтбоксы	65000
Итого	557468

Стоит отметить, что часть затрат являются косвенными и могут быть использованы в дальнейших выставках и рекламных мероприятиях (в частности, речь идет о световых коробах и полиграфии). Оптимизировать затраты также можно будет за счет печати POS-материалов офсетом и отказа от размещения в путеводителе выставки.

Стоимость контактов при участии ООО «МСТ» в ежегодной специализированной выставке «Малоэтажное домостроение. Строительные и

отделочные материалы» отражена в табл. 28.

Таблица 28 – Стоимость контактов при участии ООО «Мир строительных технологий» в специализированной выставке

Наименование	Средняя стоимость контакта
Стоимость 1 контакта POS (из расчета розданных 1 700 буклетов)	14000 руб.
Стоимость 1 переговоров (всего 85)	
- с физическими лицами (всего 29)	8 000 руб.
- с юридическими лицами (всего 56)	36 000 руб.

В целом участие ООО «МСТ» в выставке можно оценить, как эффективное. Как с точки зрения совершенных коммуникаций, так и продаж. Однако совершение сделки после прошествии выставки – не является обязательным показателем её эффективности. Оценивать целесообразно, прежде всего, количество и качество совершенных коммуникаций. Участие в выставке было полезным не только с имиджевой точки зрения, но также как возможность пообщаться с потребителями, понять их настроения (особенно это важно в условиях нестабильной экономической ситуации).

Оценка результатов участия в выставке позволяет сделать следующие выводы, с целью использования их при последующем участии в выставках недвижимости:

- заранее спланировать участие в следующей выставке, разбив подготовку к выставке на несколько этапов;
- рассмотреть возможность смены местоположения стенда с перемещением ближе к входной группе;
- продолжить привлекать промоутеров для дальнейших выставок;
- в личной коммуникации с клиентами делать акцент на том, что мы продаем не просто участки или дома с коммуникациями (как это воспринимают многие посетители), а привилегии жить среди своих, в престижном,

обустроенном и экологически здоровом месте;

- в дальнейшем не печататься в путеводителе выставки в связи с нецелесообразностью;

- рассмотреть возможность работы на стенде представителя архитектурного бюро.

При разработке будущего стенда уделить важное внимание логотипу и фирменному стилю компании (в соответствии с зонтичной стратегией).

В ходе проведения рекламной кампании необходимо использовать также следующие виды Интернет рекламы:

- контекстная реклама на ведущих поисковых системах. Текстовые рекламные объявления показываются пользователям в результатах поиска Яндекса, Рамблера, Google (стоит отметить, что данный вид Интернет рекламы является одним из наиболее эффективных);

- баннерная реклама на лучших рекламных площадках Рунета позволяет охватить широкую аудиторию пользователей и за минимальное время донести до них информацию о товарах и услугах.

Рекламный бюджет для Интернет-рекламы составит 10 000 руб. в месяц. Общие затраты на Интернет-рекламу составят 120 тыс. руб. за 12 месяцев проведения рекламной кампании.

Общее ожидаемое количество обращений от использования Интернет-рекламы составляет 15-20 звонков, из них 5-6 звонков с последующими предложениями о взаимодействии. Таким образом, оценка эффективности мероприятия по использованию Интернет-рекламы позволяет сделать вывод о необходимости увеличения мероприятий с использованием Интернет-рекламы (в частности оптимизировать раскрутку в поисковых системах (целесообразный бюджет около 30-40 тыс. руб. в месяц).

В дальнейшем задачами имиджевой рекламы ООО «Мир Строительных Технологий» должны стать:

- создание известности для бренда компании;

- оказание поддержки рекламным носителям, имеющим импульсный (продающий) характер (например, наружная реклама).

В целом, такая стратегия будет способствовать как выполнению текущих оперативных целей, так и создавать предпосылки для продаж в 2016-2019 гг.

3.2 Расчет экономической эффективности мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия

Достижение целей повышения эффективности мероприятий по совершенствованию деятельности ООО «Мир строительных технологий» предполагает создание определенной поэтапной программы (таблица 29).

Таблица 29 – Программа реализации управленческих решений предприятия ООО «Мир строительных технологий»

№	Направление	Мероприятия	Ответственный
1	Мероприятие по оптимизации поставок материалов	Заключение договора поставки, расторжение договора поставки	Начальник Отдела продаж
2	Мероприятия по расширению ассортиментного ряда товаров	Подготовка распоряжения директора, заключение договоров поставки	Начальник Отдела продаж
3	Мероприятие по оптимизации системы оплаты труда	Подготовка распоряжения директора, оформление трудового договора	Менеджер-администратор
4	Мероприятие по оптимизации рекламной деятельности	Разработка рекламной стратегии Расчет затрат	Начальник Отдела продаж Главный бухгалтер

Оперативное регулирование и контроль реализации управленческих решений ООО «Мир строительных технологий» по совершенствованию деятельности предприятия должны производить руководители подразделений, ведя тщательный учет трудовых и иных факторов (финансовых, данных по объему работ и т.п.), и сообщая о превышении контрольных показателей в конце отчетных периодов.

Определим затраты на внедрение предложенных мероприятий (табл. 30).

Таблица 30 – Затраты на внедрение мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия ООО «Мир строительных технологий»

Наименование мероприятия	Единовременные затраты, руб.	Ежемесячные затраты, руб.	Общая сумма затрат
1. Мероприятие по оптимизации поставок материалов	15000	0	15000
2. Мероприятия по расширению ассортиментного ряда товаров	640000	0	640000
3. Мероприятие по оптимизации системы оплаты труда	-	-	-
4. Мероприятие по оптимизации рекламной деятельности	557468	120000	677468
Итого в год	1212468	120000	1332468

Рассчитаем экономический эффект от внедрения мероприятий в компании ООО «Мир строительных технологий».

Данные для расчета экономического эффекта от внедрения мероприятий представлены в табл. 31.

Таблица 31 – Данные для расчета экономического эффекта от внедрения мероприятий

Показатели	Ед. изм.	До мероприятий	После мероприятий	Отклонение (+;-)
Себестоимость продукции, услуг	тыс. руб.	43252	44584	1332
Затраты на один руб. реализации	коп.	0,95	0,89	-0,06
Прибыль (убыток) до налогообложения	тыс. руб.	-340	2895	3235
Чистая прибыль	тыс. руб.	-272	2316	2588
Рентабельность деятельности	%	-0,60	4,61	5,21

Экономический эффект определяется как разность прибыли от реализации продукции до и после внедрения мероприятий по совершенствованию системы управления персоналом, и рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Ээ} = \Pi_1 - \Pi_0, \quad (1)$$

где Ээ - экономический эффект, тыс. руб.

Π_1 , Π_0 - прибыль от реализации продукции соответственно после и до внедрения мероприятия, тыс. руб.

Экономический эффект составит:

$$2316 - (-272) = 2588 \text{ тыс. руб.}$$

Экономическая эффективность предложенных мероприятий относительный показатель, который соизмеряет полученный результат с затраченными на него ресурсами. Его можно определить по формуле:

$$\text{Ээф} = \text{Прибыль от мероприятий} / \text{Затраты на мероприятия}, \quad (2)$$

$$\text{Ээф} = 2588 / 1332 = 1,94 \text{ руб.}$$

Таким образом, на каждый вложенный в мероприятие рубль исследуемое предприятие получит дополнительно 1,94 руб. прибыли. Кроме того, предложенные мероприятия позволят получить и обратный эффект, т. е. повысят устойчивость экономической составляющей компании ООО «Мир строительных технологий».

Подводя итоги, следует заметить, что финансовые результаты при проведении того или иного мероприятия стоит корректировать в момент принятия решения о его внедрении. Совокупный эффект следует рассчитывать в каждой конкретной ситуации отдельно, учитывая состояние как внутренней среды, так и внешней, так как любые неучтённые обстоятельства могут существенно повлиять на конечный результат.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Малый бизнес является важным звеном в экономической деятельности государства и экономики в целом. Под этим понятием принято считать предприятие, которое характеризуется такими показателями: невысокая численность персонала; малый ассортимент продукции; невысокая производственная мощность; высокая оборотность капитала; ориентирование на местный рынок. Роль такого вида деятельности неоднозначна. Малый бизнес помогает развитию местного рынка, занятости населения и конкуренции в конкретном сегменте рынка. Благодаря такому фактору как «близость к рынку», малое предприятие имеет неплохие шансы на успех.

В Российской Федерации малые предприятия занимают значительное место в экономической среде. Малый бизнес - это важный элемент народного хозяйства, который определяет темпы экономического роста, структуру и качество ВВП.

В ходе исследования было проведен практический анализ деятельности предприятия малого бизнеса на примере ООО «Мир строительных технологий».

Компания ООО «Мир строительных технологий» – предприятие, оказывающее полный комплекс услуг по производству и продаже строительных материалов, которые используются при коттеджном и малоэтажном строительстве.

Наличие сильных сторон в торговой компании ООО «Мир строительных технологий» – это большее разнообразие товаров и качество, а также гибкость ценовой политики. Основные недостатки маркетинговой деятельности ООО «Мир строительных технологий»: важнейшим недостатком является и недостаточный контроль со стороны руководства за исполнением приказов и распоряжений, слабое планирование маркетинговой деятельности, нет чёткого разграничения прав, обязанностей и ответственности между сотрудниками.

Организация финансовой работы на предприятии организована недостаточно эффективно и требует совершенствования в системе контроллинга как подсистемы управления предприятием. В целом, принимаемые руководством компании решения по развитию и организации деятельности не обосновываются соответствующими расчетами и, как правило, носят интуитивный характер.

Решение проблем, возникающих перед руководством, вызывает значительные затруднения. Одной из основных причин является отсутствие в ООО «Мир строительных технологий», финансово-экономических целей и критериев.

Отсутствие у руководства четкого понимания целей, сложность ориентации в рыночных условиях, приводит к тому, что планирование отодвигается на второй план, неизбежно уступая место решению текущих дел. Нечеткие цели и отсутствие технологии финансового планирования в ООО «Мир строительных технологий» приводят к тому, что сотрудники готовят документы, по которым затруднительно принимать оперативные решения по управлению финансами и экономикой предприятия.

На основании проведенного анализа выявлены основные проблемы, над которыми необходимо работать руководству в будущих периодах: разработать социально-ориентированную стратегию предприятия; укрепить позиции предприятия на рынках; улучшить «качественный состав персонала»; разработать сбытовую политику предприятия; сохранить и расширить географические рынки ООО «Мир строительных технологий».

Учитывая тот факт, что факторы внешней среды силами предприятия изменить невозможно, основной упор при разработке мер совершенствования деятельности ООО «Мир строительных технологий» сделаны на внутренние резервы предприятия. В ходе исследования были предложены мероприятия: по оптимизации рекламной деятельности, по оптимизации поставок материалов, по оптимизации системы оплаты труда с целью повышения объема продаж, а

также по расширению ассортимента ряда.

Произведенные расчеты свидетельствуют, что при применении предложенных мероприятий выручка может увеличиться на 4568 тыс. руб. и на каждый вложенный в мероприятие рубль исследуемое предприятие получит дополнительно 8,66 руб. прибыли. Кроме того, предложенные мероприятия позволят получить и обратный эффект, т.е. повысят устойчивость экономической составляющей ООО «Мир Строительных Технологий».

Таким образом, цель достигнута, задачи решены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс РФ «Ответственность юридического лица» от 05.05.2014 г. №99-ФЗ.
2. Гражданский кодекс РФ «Отношения, регулируемые гражданским законодательством» от 18.12.2006 г. №231-ФЗ, от 30.12.2012 г. №302-ФЗ).
3. Гражданский кодекс РФ «Предпринимательская деятельность гражданина» от 30.12.2012 г. №302-ФЗ.
4. Гражданский кодекс РФ «Содержание правоспособности граждан» от 30.12.2012 г. №302-ФЗ.
5. Закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» [Электронный ресурс]: федер. закон от 8 февраля 1998 г. в ред. от 27.07.2006 № 138 ФЗ. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
6. Конституция Российской Федерации от 30.12.2008 г. №6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. №7-ФКЗ, от 05.02.2014 г. №2-ФКЗ, от 21.07.2014 г. №11-ФКЗ.
7. Федеральный закон Российской Федерации «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 №209-ФЗ. (с изменениями на 29 декабря 2015 года)
8. Адизес, И. Управление жизненным циклом корпорации: пер. с англ. под науч. ред. А.Г. Сеферяна: учебник / И. Адизес. – СПб.: Питер, 2012. – 384 с.
9. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. - М.: Дашков и К, 2013. - 292 с.
10. Анискин, Ю.П. Организация и управление малым бизнесом: Учебное пособие по специальности «Менеджмент организации» / Ю.П. Анискин. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 5 с.

11. Багдасарян, А.Ф. Договор коммерческой концессии (франчайзинг). Гражданско-правовые проблемы заключения договора: учебник / А.Ф. Багдасарян. - М.: Статут, 2011. - 224 с.
12. Балашевич, М.И. Экономика и организация малого бизнеса: учебное пособие / М.И. Балашевич. – БГЭУ, 2012. – 335 с.
13. Буров, В. Ю. Малое предпринимательство в России и Байкальском регионе: учебник / В.Ю. Буров. – Иркутск, 2011. – 280 с.
14. Буров, В.Ю. Основы предпринимательства: учебное пособие / В.Ю. Буров. – Чита, 2011. – 441 с.
15. Валевиц, Р.П. Экономика предприятия: учебное пособие / Р.П. Валевиц, Г.А. Давыдова. – Минск: Высшая школа, 2014. – 367 с.
16. Валигурский, Д. И. Организация предпринимательской деятельности: учебник / Д. И. Валигурский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: "Дашков и К", 2010. - 520 с.
17. Вечканов, Г.С. Экономическая теория: учебное пособие / Г.С. Вечканов. – М.: Эксмо, 2010. – 448 с.
18. Власова, В.М. Основы предпринимательской деятельности / В.М. Власова. – М.: Дашков и К, 2013.- 303 с.
19. Галкин, В.В. Аутсорсинг в малом бизнесе [Электронный ресурс] / В.В. Галкин // Персональный сайт. – 2012. – Режим доступа: <http://vadimgalkin.ru>
20. Гинзбург, А. И. Экономический анализ для руководителей малых предприятий: система налогообложения, поддержка малого бизнеса, вопросы рентабельности и прибыльности: учебник / А. И. Гинзбург. - СПб.: Питер, 2007. - 223 с.
21. Глухов, В.В. Экономика малого предприятия: учебник / В.В. Глухов. - СПб.: «Специальная Литература», 2011. - 25 с.
22. Гребнева, А.И. Экономика предприятия: учебник для ВУЗов / А.И. Гребнева. – М.: Экономика, 2013. – 238с.

23. Драгунова, Е. В. Средний бизнес в России - реальность и перспективы / Е. В. Драгунова, Т. А. Финки // ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – 2011. - № 9. - С. 180-189.
24. Друкер, Питер Ф. Практика менеджмента: пер. с англ.: учебник / Ф. Питер Друкер. – М.: Изд. дом «Вильямс», 201. – 398 с.
25. Епифанова, Т. В. Экономические и социальные функции малого бизнеса [Электронный ресурс] / Т. В. Епифанова // Учет и статистика. – 2011. - № 4. - С. 102-107. – Режим доступа: <http://www.uchet.rsue.ru>
26. Загоруйко, И.Ю. Фролович Э.М. Исследование развития и оптимизации малого предпринимательства в России в условиях мирового кризиса / И.Ю. Загоруйко, Э.М. Фролович // Вестник Пермского университета. 2012. N 3. - 107 с.
27. Зайцев, Н.Л. Краткий словарь экономиста / Н.Л. Зайцев. - 3 12 4-е изд., доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 224 с.
28. Зингеева, С. Б. Проблемы малого и среднего бизнеса. Предпринимательство [Электронный ресурс] / С.Б. Зингеева, Г. Калыкулова // Евразийский международный научно-аналитический журнал. Проблемы современной экономики, N 3/4 (15/16), - 2005. Режим доступа: <http://www.m-ecopomy.ru>
29. Индивидуальный предприниматель: практическое руководство. Под общей ред. Ю.Л. Фадеева. – М. :Эксмо, 2010. – 224 с.
30. История предпринимательства России: курс лекций / С.И. Сметанин. – М.: КНОРУС, 2010. – 192 с.
31. Карпов, Э. А. Организация производства и менеджмент: учебное пособие; допущено МО РФ / Э. А. Карпов. - Старый Оскол: ТНТ, 2011. - 768 с.
32. Кашинова, Н.Э. Особенности антикризисного управления персоналом на предприятиях малого бизнеса / Н.Э. Кашинова // Малый бизнес в инновационной экономике региона: проблемы и перспективы развития. - Смоленск, 2011. - С. 55-60.

33. Кетько, Н.В. Проблемы и перспективы развития современного малого бизнеса в России [Электронный ресурс] / Н.В. Кетько, Р.Р. Зарафутдинов // Российское предпринимательство. — 2011. — № 9 Вып. 1 (191). — с. 23-28. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru>
34. Колесникова, Л.А. Предпринимательство и малый бизнес в современном государстве: управление развитием: учебник / Л.А. Колесникова. - М., 2013. - 103 с.
35. Круглова, Н. Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник / Н.Ю. Круглова. – М.: КНОРУС, 2010. – 544 с.
36. Крутик, А.Б. Проблемы и перспективы развития предпринимательства в российской экономике: учебник / А.Б. Крутик // Проблемы современной экономики, 2011. – №2. С. 144-158.
37. Лапуста, М.Г. Предпринимательство: Учебник / М.Г. Лапуста. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 454 с.
38. Лядова, Е.В. Особенности инфраструктурной поддержки малого и среднего предпринимательства на разных этапах жизненного цикла / Е.В. Лядова. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. - №6. – С. 105-112.
39. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее / Под ред. Е.Г. Ясина, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2013. – 220 с.
40. Малые и средние предприятия. Управление и организация / Под ред. Пихлера Й.Х., Пляйцнера Х.Й., Шмидта К.–Х.: пер. с нем. – М.: Международные отношения, 2012. – 280 с.
41. Малые предприятия: экономика, учет, налоги. Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. - М.: ЮНИТИ-ДИАНА, 2012. – 333 с.
42. Микроэкономика / Под ред. М.И. Ноздрина-Плотницкого. – Минск: Современная школа, 2011. – 384 с.

43. Минцберг, Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации: пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского: учебник / Г. Минцберг. – СПб.: Питер, 2012. – 512 с.
44. Михайлов, Д.В. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса. Учебное пособие / Д.В. Михайлов. - М.: КноРус, 2013. – 414 с.
45. Мошкин, И.В. Исследование процессов современного предпринимательства: учебник / И.В. Мошкин. - Директ-Медиа, 2014 год. - 342 с.
46. Муравьев, А.И. Малый бизнес: экономика, организация, финансы: Учебное пособие для вузов / А.И. Муравьев, А.М. Игнатьев, А.Б. Крутик. - 2-е изд. - СПб.: Издательский дом «Бизнес - пресса», 2012. - 142 с.
47. Набатников, В.М. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / В.М. Набатников. – Ростов-на Д.: Феникс, 2011. – 256 с.
48. Нехорошева, Л. Н. Экономика предприятия. / Л. Н. Нехорошева. - Мн.: Высшая школа», 2013. – 360 с.
49. Малый бизнес – большие перспективы [Электронный ресурс] / Официальный сайт Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России». – 2010. – Режим доступа: - <http://www.opora.ru>
50. Организация предпринимательской деятельности. Схемы и таблицы: учебное пособие / В.П. Попков, Е.В. Евстафьева. - СПб.: Питер, 2011. - 352 с.
51. Пашуто, В.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учебник / В.П. Пашуто. – М.: КноРус, 2009. – 320 с.
52. Портал о франчайзинге «Купи франшизу» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.kupi-franshizu.ru/>.
53. Предпринимательство: учеб. / под редакцией В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011 – 581 с.

54. Раицкий, К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А. Раицкий – 4–е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2013. – 665 с.
55. Рейтер, Т. Особенности национального субконтрактинга / Т. Рейтер // Промышленно-строительное обозрение, №113, 2014. С. 121-128.
56. Русак, Е.С. Экономика предприятия: Курс лекций. / Е. С. Русак. - Мн., 2013. – 244 с.
57. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. - 2–е изд., перераб. и доп.– Мн.: ИП Экоперспектива, 2013. – 741 с.
58. Самарина, В.П. Основы предпринимательства: учебное пособие / В.П. Самарина. – М.: КНОРУС, 2012. – 224 с.
59. Светник, Т.В. Менеджмент на малом и среднем предприятии: учебник / Т.В. Светник. – Иркутск: Издательство БГУЭП, 2014. – 175 с.
60. Сергеев, И.В. Экономика организации (предприятия): учебник / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. - М.: Юрайт, 2013. - 672 с.
61. Сивенок, А. И. Перспективы развития малого бизнеса в России / А.И. Сивенок // Молодой ученый, 2013. - №7. - С. 293-294.
62. Соломатин, А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебное пособие. / Под общ. ред. А.Н. Соломатина. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 295 с.
63. Статистический сборник «Малое и среднее предпринимательство в России. 2013». Росстат [Электронный ресурс] // Режим доступа: - <http://rcsme.ru> (дата обращения: 17.01.15)
64. Туренко, Т.А. Малое предпринимательство и его роль в устойчивом развитии экономики / Т.А. Туренко // Известия иркутской государственной экономической академии. – 2010. – №5. – С.223-227
65. Федеральная налоговая служба РФ. «Налоговое законодательство и разъяснения ФНС России. [Электронный ресурс] / Официальный сайт Федеральной налоговой службы - Режим доступа: <http://www.nalog.ru/>

66. Франовская, Г.Н. Малый бизнес: учеб. пособие для вузов / Г.Н. Франовская. - Воронеж: ИПЦ ВГУ, 2014. - 228 с.
67. Франовская, Г.Н. Основы предпринимательства: учебник / Г.Н. Франовская. – Воронеж, 2010. - 7 с.
68. Чепуренко, А.Ю. Малый бизнес в рыночной среде: учебник / А.Ю. Чепуренко. – М.: Издательский дом Международного университета в Москве, 2013. – 324 с.
69. Чечевицына, Л.Н. Экономика организации: Учебное пособие / Л.Н. Чечевицына, Е.В. Чечевицына. - Рн/Д: Феникс, 2013. - 382 с.
70. Экономический словарь / Отв. ред. А.И. Архипов. – М.; ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011. – 486 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Опросник

1. Как вы оцениваете компанию как место работы?

- устраивает все
- не совсем все устраивает
- не знаю

2. «Как вы оцениваете условия работы?»

- устраивает все
- не нравятся условия работы
- условия работы частично удовлетворяют

3. Соответствует ли материальная и нематериальная компенсация проделанной ими работе?

- да, соответствует
- труд оценивается несправедливо
- труд оценен частично справедливо

4. Необходимы ли компании возможность развития и обучения?

- да, необходимы
- не требуется
- равнодушен (на) к этой проблеме

5. Видите ли Вы реальную возможность сделать карьеру в компании?

- да, карьеру сделать вполне реально
- не вижу такой возможности

6. Вы оцениваете атмосферу в компании как доброжелательную?

- достаточно доброжелательна
- атмосфера неблагоприятная
- затрудняюсь ответить

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Бухгалтерский баланс

на 31 декабря 20 15 г.

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

Организация ООО «Мир Строительных Технологий» по ОКПО
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН _____
 Вид экономической деятельности Обработка металлических изделий с использованием основных технологических процессов машиностроения по ОКВЭД _____
 Организационно-правовая форма/форма собственности _____
 Общество с ограниченной ответственностью/ частная _____ по ОКОПФ/ОКФС _____

Коды		
0710001		
31	12	2015
2466237305		
28.52		
12300	16	
384 (385)		

Единица измерения: *тыс. руб.* (млн. руб.)

по ОКЕИ

Местонахождение (адрес) г.Красноярск, ул. Семафорная, д. 289 стр. 4, 2 этаж офис 11

Пояснения	Наименование показателя	На 31 декабря 20 <u>15</u> г.	На 31 декабря 20 <u>14</u> г.	На 31 декабря 20 <u>13</u> г.
	АКТИВ			
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Нематериальные активы			
	Результаты исследований и разработок			
	Нематериальные поисковые активы			
	Материальные поисковые активы			
	Основные средства	4919	5619	5681
	Доходные вложения в материальные ценности			
	Финансовые вложения			
	Отложенные налоговые активы			
	Прочие внеоборотные активы			
	Итого по разделу I	4919	5619	5681
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Запасы	1869	1845	1965
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям			
	Дебиторская задолженность	14482	14364	14832
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)			
	Денежные средства и денежные эквиваленты	46	246	308
	Прочие оборотные активы	140	296	340
	Итого по разделу II	16537	16751	17445
	БАЛАНС	21456	22370	23126

Продолжение приложения Б

Пояснения	Наименование показателя	На 31 декабря 20 15 г.	На 31 декабря 20 14 г.	На 31 декабря 20 13 г.
	ПАССИВ			
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ⁶			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	11	11	11
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	()	()	()
	Переоценка внеоборотных активов			
	Добавочный капитал (без переоценки)			
	Резервный капитал			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	2 902	3 174	3 118
	Итого по разделу III	2913	3185	3129
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства			
	Отложенные налоговые обязательства			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу IV			
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства	12901	13938	14184
	Кредиторская задолженность	4582	4187	4753
	Доходы будущих периодов			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства	3973	4245	4189
	Итого по разделу V	21456	22370	23126
	БАЛАНС	21456	22370	23126

Руководитель _____
 (подпись) (расшифровка подписи)

“ _____ ” _____ 20 ____ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Отчет о финансовых результатах

на <u>31 декабря</u> 20 <u>15</u>	г.	Форма по ОКУД	Коды		
		Дата (число, месяц, год)	0710001		
Организация <u>ООО «Мир Строительных Технологий»</u>			31	12	2015
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	2466237305		
Вид экономической деятельности <u>Обработка металлических изделий с использованием основных технологических процессов машиностроения</u>		по ОКВЭД	28.52		
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>Общество с ограниченной ответственностью / частная</u>		по ОКОПФ/ОКФС	12300	16	
Единица измерения: <i>тыс. руб.</i> (млн. руб.)		по ОКЕИ	384 (385)		

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь			Январь-декабрь		
		За	<u>2015</u>	г.	За	<u>2014</u>	г.
	Выручка		45678			56613	
	Себестоимость продаж	(43252)	(55447)
	Валовая прибыль (убыток)		2426			1166	
	Коммерческие расходы	(196)	(106)
	Управленческие расходы	()	()
	Прибыль (убыток) от продаж		2230			1060	
	Доходы от участия в других организациях						
	Проценты к получению						
	Проценты к уплате	()	()
	Прочие доходы		20065			28006	
	Прочие расходы	(22635)	(28996)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	(340)		70	
	Текущий налог на прибыль	()	(14)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)						
	Изменение отложенных налоговых обязательств						
	Изменение отложенных налоговых активов		68				
	Прочее						
	Чистая прибыль (убыток)		(272)			56	

Продолжение приложения В

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь		Январь-декабрь	
		За 20	15 г.	За 20	14 г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода				
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода				
	Совокупный финансовый результат периода		(272)		56
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию				
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию				

Руководитель _____
 (подпись) (расшифровка подписи)

“ ____ ” _____ 20 ____ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Отчет о финансовых результатах

на 31 декабря 20 14

г.

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

Организация ООО «Мир Строительных Технологий» по ОКПО
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН _____
 Вид экономической деятельности Обработка металлических изделий с использованием основных технологических процессов машиностроения по ОКВЭД _____
 Организационно-правовая форма/форма собственности _____
Общество с ограниченной ответственностью / частная по ОКОПФ/ОКФС _____
 Единица измерения: *тыс. руб.* (млн. руб.) по ОКЕИ _____

Коды		
0710001		
31	12	2014
2466237305		
28.52		
12300	16	
384 (385)		

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь		Январь-декабрь	
		За 20	<u>15</u> г.	За 20	<u>14</u> г.
	Выручка		56613		73693
	Себестоимость продаж	(55447)	(72540)
	Валовая прибыль (убыток)		1166		1153
	Коммерческие расходы	(106)	(282)
	Управленческие расходы	()	()
	Прибыль (убыток) от продаж		1060		871
	Доходы от участия в других организациях				
	Проценты к получению				
	Проценты к уплате	()	()
	Прочие доходы		28006		31048
	Прочие расходы	(28996)	(30092)
	Прибыль (убыток) до налогообложения		70		1827
	Текущий налог на прибыль	(14)	(365)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)				
	Изменение отложенных налоговых обязательств				
	Изменение отложенных налоговых активов				
	Прочее				
	Чистая прибыль (убыток)		56		1462

Продолжение приложения Г

Пояснения	Наименование показателя	Январь-декабрь	
		За 20__15__ г.	За 20__14__ г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Совокупный финансовый результат периода	56	1462
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию		
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

Руководитель _____
 (подпись) (расшифровка подписи)

“ ____ ” _____ 20__ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Стратегия рекламной компании

