

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/81808>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Экономика

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА 6

1.1. Сущность малого бизнеса и его роль в национальной экономике 6

1.2. Критерии и показатели эффективности функционирования мало-го предприятия на потребительском рынке 13

1.3. Государственное регулирование деятельности малых предприя-тий 21

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПОТРЕ-БИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КАРМ ПЛЮС» Г. ПУШ-КИНО) 29

2.1. Организационно-экономическая характеристика малого пред-приятия 29

2.2. Анализ основных показателей эффективности функционирова-ния малого предприятия 36

ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТОВА-НИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА ООО «КАРМ ПЛЮС» 45

3.1. Основные направления по улучшению функционирования мало-го предприятия 45

3.2. Оценка эффективности предложенных рекомендаций 50

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 57

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 60

ПРИЛОЖЕНИЯ 64

ВВЕДЕНИЕ

Современным этапом экономического развития России выдвигаются новые требования не только в отношении качества управления отдельно взятым субъектом хозяйствования и на максимальном уровне эффективно-го использования всех его ресурсов, но и в отношении к мобильности хо-зяйствующих субъектов - их способности к быстрой реакции на изменения ситуации на рынке. Самым приспособленным в данном смысле выступает малый бизнес. Совершенно очевидно, что все это вызвало достаточно бурный прирост количества действующих малых предприятий, который произошел в России в начале 90-х годов XX века.

Высокой активностью субъектов малого предпринимательства обу-словливается его потенциал в части формиро-вания новейших производ-ственных связей, воздействия на спрос на продукцию прочих секторов экономики, стимулирования воспроизводственного процесса. Развитие субъектов хозяйствования малого бизнеса выступает в качестве важнее-го рычага формирования «среднего класса», а соответственно, и положи-тельного влияния на социально-экономическую ситуацию в стране.

Под экономикой организации малого бизнеса понимают совокуп-ность фондов производства (собственных и заемных), непроизводственных фондов (детские сады, профилактории и др.), фондов обращения, готовой продукции, денежных средств, находящихся на счетах организации в бан-ке, ценных бумаг, нематериальных фондов собственности, доходов и при-были, полученных в результате реализации продукции и оказания различ-ных услуг. Их стоимостная оценка характеризует уровень и масштабы развития экономики организации малого бизнеса. Последнее зависит от многих факторов: от умения найти оптимальные пропорции между ре-сурсным обеспечением, количеством и качеством выпускаемой продукции, с одной стороны, и объемом продаж, доходов от её реализации и прибы-лью, с другой стороны.

Для принятия правильных управленческих реше-ний в части совершенствования организации хозяйственной деятельности, определения мер по повышению эффективности работы организации, сле-дует проводить комплексный анализ. Все выше изложенное подчеркивает актуальность темы исследования. Это определило выбор темы, цель и за-дачи выпускной квалификационной работы.

Целью выпускной работы является оценка и определение направле-ний повышения эффективности малого бизнеса в сфере торговли.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следую-щие задачи:

- исследовать сущность малого бизнеса и его роль в национальной экономике;

- изучить критерии и показатели эффективности функционирования малого предприятия на потребительском рынке;
- рассмотреть государственное регулирование деятельности малых предприятий;
- представить краткую характеристику деятельности объекта исследования;
- изучить основные показатели эффективности функционирования малого предприятия;
- определить основные направления совершенствования развития предприятия малого бизнеса.

Объект исследования - ООО «Карм Плюс», занимающегося розничной торговлей товарами спортивного и туристского ассортимента.

Предмет исследования - хозяйственные процессы, влияющие на эффективность хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования малого бизнеса.

При выполнении выпускной работы были изучены работы отечественных ученых экономистов, нормативно-правовая документация, бухгалтерская и статистическая отчетность ООО «Карм Плюс».

Структура работы состоит из введения, заключения, трех глав и списка использованной литературы.

В первой главе раскрыты теоретические основы развития малого бизнеса.

Во второй главе на примере ООО «Карм Плюс» проведен анализ развития малого бизнеса.

В третьей главе по результатам анализа представлены основные направления совершенствования развития предприятия малого бизнеса ООО «Карм Плюс».

В заключении сделаны выводы по проделанной работе.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

1.1. Сущность малого бизнеса и его роль в национальной экономике

Одной из наиболее активных форм экономики страны является предпринимательская деятельность, которая стала катализатором для разработки инновационных решений (в том числе нанотехнологий).

Одним из видов предпринимательской деятельности является малый бизнес. Согласно данным Росстата, на территории современной России количество малых предприятий постоянно растет. Доля малого и среднего бизнеса в стране составляет приблизительно 20% ВВП.

Малым бизнесом чаще всего называют предприятия с незначительными объемами производства и с низкой численностью рабочих кадров. Законодательства разных стран устанавливают свои ограничения на ресурсы. Легальное определение субъекта малого и среднего предпринимательства закреплено в ст. 3 Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Согласно данному акту субъекты малого предпринимательства – субъекты экономики (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными Законом о малом и среднем предпринимательстве, к малым предприятиям, в том числе к микро-предприятиям, и средним предприятиям.

Малый бизнес представляет собой определенного рода деятельность физического или юридического лица, которая направлена на предоставление услуг или продажу товаров.

Выявление сущности малого бизнеса предполагает выбор, описание, определение, группировку, обобщение и анализ предприятий по ряду обоснованных взаимосвязанных критериев, совокупность которых не только обуславливает содержание и объем сведений, но и задает качественные признаки, ограничивая объект и предмет исследования, ставит задачу выявления и анализа латентных связей более высокого порядка. В то же время стандартными критериями для отнесения к субъектам малого и среднего бизнеса в мире являются объем выручки и численность персонала. Устав Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) ограничивается указанием количества работников: от 20 до 99 чел.

Вместе с теоретическим подходом к определению малого бизнеса выделяют нормативно-правовой подход.

Например, в России малый и средний бизнес определяются законодательно Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Малый бизнес отличается от среднего, а средний от крупного по одному набору характеристик, в частности, по объему выручки и т. д. Что касается России, то ограничения по выручке составляют до 800 млн. руб. и работать там должно до 100 чел. Приведем все критерии малого бизнеса в России:

- среднесписочная численность работников за предшествующий период до 100 чел.;
- суммарная доля участия в уставном капитале компании субъектов РФ, муниципальных образований,

общественных и религиозных организаций и фондов не более 25%;

- суммарная доля участия других организаций, не являющихся субъектами малого или среднего предпринимательства, а также иностранных организаций не более 49% ;

- доход от деятельности (сумма выручки и внереализационных доходов) за предшествующий календарный год (без НДС) – не более 800 млн. руб. Малый бизнес, как и любая форма предпринимательства, имеет свои достоинства и недостатки.

Необходимым является заметить, что сектор малого бизнеса играет решающую роль в обеспечении занятости населения для успешности функционирования рынка. Предприятие малого бизнеса не может эффективным образом функционировать без определенного рода базы: материальной, правовой, экономической, технической и т. п. По данной причине государству является необходимым создание таких социально-экономических предпосылок в экономике страны, которые предоставят возможность воспользоваться преимуществами малого бизнеса и устранить его недостатки.

В качестве отличительной особенности малого бизнеса выступает его доступность в качестве сферы деятельности для широкого круга людей, это вызвано тем, что его деятельность не требует большого объема вложений финансовых, материальных и трудовых ресурсов. В связи с этим именно малое предпринимательство выступает в качестве необходимого условия формирования среднего класса, который является социальной основой, обеспечивающей устойчивость развития общества .

Благодаря гибкости структуры, малые предприятия могут быстро реагировать на изменения рыночной ситуации, переориентировать собственное производство, изменить объемы и технику производства, внести необходимые корректировки. Малый бизнес более гибок, чем крупные компании с их бюрократическими процедурами. Что касается государственной поддержки, то в развитых странах правительство всячески помогает и поощряет малый бизнес, поскольку он является фундаментом экономики.

Малый бизнес уменьшает уровень безработицы, пополняет бюджет налоговыми отчислениями, вносит вклад в развитие общественности. В разных странах существуют различные программы стимулирования малого бизнеса – налоговые каникулы, гранты, льготное кредитование. Благодаря мобильности малые предпринимательства в любой форс-мажорный момент могут сменить свое месторасположение.

У предприятий малого бизнеса присутствуют недостатки (рис. 1).

Рисунок 1 – Недостатки предприятий малого бизнеса

Ограниченность финансовых средств является одним из основных недостатков. Низкий размер капитала сдерживает расширение малых фирм. Также малому бизнесу подчас сложнее получить от государства лицензии, патенты и разрешения на определенные виды деятельности, чем крупным фирмам .

Еще одним недостатком малого бизнеса является угроза со стороны крупных фирм. Другая сторона медали малых фирм заключается в том, что солидные клиенты, скорее всего, предпочтут иметь дело с крупным поставщиком товаров или услуг, чем с малым. Крупные торговые корпорации имеют раскрученный бренд, торговую марку, рекламу широкого спектра, что внушает больше доверия у клиента. Если малый бизнес производит товары, то его операционные издержки выше, чем у крупных компаний, использующих эффект от масштаба производства.

Во время кризиса малому предпринимательству значительно сложнее выжить, нежели крупному бизнесу. Последние могут добиться от государства налоговых поблажек или каких-либо бонусов, в то время как малым фирмам получить это гораздо сложнее.

Во время экономических кризисов именно малый бизнес банкротится в первую очередь. К сожалению, малому бизнесу сложнее получить банковский кредит, чем крупным корпорациям. Малый бизнес может вызвать у банковского учреждения недоверие по поводу своей платежеспособности и/или стабильности.

Таким образом, малый бизнес имеет как преимущества, так и недостатки. Малый бизнес идеально подходит для начинающих предпринимателей с небольшим стартовым капиталом.

Роль малого предпринимательства в экономике можно обосновать следующими направлениями его влияния на состояние социально-экономических, технологических и иных компонентов государственной системы (рис. 2).

Рассмотрим подробнее представленные направления.

1. Стимулирование развития среднего класса населения путем увеличения числа занятых в малом бизнесе. Закономерным следствием из роста числа среднего класса является рост общего уровня жизни населения.
2. Обеспечение взаимосвязи секторов экономики, более быстрое наполнение предпринимательскими структурами рыночных ниш, в которых крупный бизнес, в силу своих масштабов, менее подвижен.

Рисунок 2 – Роль предприятий малого бизнеса в экономике страны

К примеру, на малонаселенных территориях именно малый бизнес зачастую играет роль поставщика на рынок продовольственных товаров, если крупные торговые сети признают рынок нецелесообразным для освоения.

3. Усиление конкуренции, как между субъектами малого бизнеса, так и в отдельных отраслях с крупным бизнесом. В свою очередь, развитие конкуренции приводит к сдерживанию роста цен, созданию предпосылок для роста эффективности предпринимательских структур.

4. Ускорение инновационного цикла - малые предприятия в отдельных случаях более активны в сфере производства различных форм инноваций, чем крупный бизнес. Так, по отдельным данным «малые предприятия США внедряют в 2,5 раза больше новшеств, чем крупный бизнес». Примеры компаний Sony, Apple, Microsoft и многих других (которые на начальных этапах своего развития были именно малыми предприятиями) доказывают жизнеспособность данного довода. Крупный бизнес может признавать отдельные направления деятельности излишне рискованными либо неперспективными. Для малого бизнеса весь цикл «разработка - производство - готовый коммерческий продукт» - сокращен по сравнению с циклом крупных компаний. Малый бизнес в этом случае играет роль предпринимательских структур, которые могут специализироваться именно в секторах исследований и разработок (в научной литературе для подобных компаний сформирован термин «малые инновационные фирмы»).

5. Трудоустройство и самостоятельная занятость в секторе малого предпринимательства играют дополняющую роль в сфере трудоустройства населения в отношении государственных и крупных корпоративных структур. Также малый бизнес за счет роста занятости способствует выравниванию диспропорций в региональном развитии (к примеру, в отношении территорий, где крупный корпоративный или государственный сектор не может обеспечить рабочими местами население в полном объеме). Важно отметить особую роль малого бизнеса в использовании ресурсного потенциала территорий. Значительную его часть составляет так называемый малый ресурсный потенциал - неиспользуемые и устаревшие основные фонды, отходы и технологические ресурсы, небольшие незанятые земельные участки, отработанные месторождения полезных ископаемых. Использование малого ресурсного потенциала требует мобильности и маневренности, присущих гибко реагирующим предприятиям малого и среднего бизнеса.

Таким образом, важность развития малого бизнеса определяется его способностью быстро расширить производство многих товаров и услуг без значительных капиталовложений, ускорить научно-технический прогресс и решить проблему занятости. При переходе к постиндустриальному обществу (т. е. там, где роль сектора услуг высока) возрастает значение малого и среднего бизнеса.

1.2. Критерии и показатели эффективности функционирования малого предприятия на потребительском рынке

Критерий эффективности субъекта малого бизнеса представляет собой наиболее полное удовлетворение спроса потребителей при высоком качестве хозяйственной деятельности и рациональном использовании всех ресурсов.

Для количественного измерения эффективности финансово-хозяйственной деятельности нужна система показателей оценки эффективности.

Можно заметить, что проблема использования показателей заключается в том, что ни один из них не выполняет роль унифицированного, по которому сразу можно определить, успешен или неудачен бизнес. В связи с этим экономисты-практики пользуются системой показателей, связанных между собой и оценивающих разные стороны деятельности торговой организации. Бывают индивидуальные, частные и общие показатели. В зависи-

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 12.05.2020) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
2. О развитии малого и среднего предпринимательства: Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ (ред. от 02.08.2019) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
3. Аллахвердиева Л.М. Актуальные проблемы развития системы государственного регулирования и поддержки малого предпринимательства в РФ / Л.М. Аллахвердиева, М.В. Искандеров // Наука среди нас. – 2018. – №4. – С.410-413.
4. Алхасов К.А. Место и роль малого предпринимательства в развитии экономики страны / К.А. Алхасов // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС, 2019. – т.10. – №2. – С.7-9.
5. Анохина С.А. Ключевые направления поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства / С.А. Анохина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – №1-1. – С.5-8.
6. Бабин С.С. Сущность и роль малого бизнеса в России и за рубежом / С.С. Бабин // Colloquium-journal. – 2019. – №10-7. – С.24-26.
7. Баммаева Г.А. Анализ показателей эффективности использования основных фондов агропредприятия / Г.А. Баммаева // Финансовая экономика. – 2018. – №7. – С.142-146.
8. Варагина А.Е. Исследование роли малого и среднего бизнеса в России / А.Е. Варагина // Молодой ученый. – 2018. – №24. – С.120-123.
9. Дудкина И.Д. Понятие и сущность малого и среднего бизнеса, его место в экономической системе / И.Д. Дудкина // Студенческий. – 2019. – №2-2. – С.25-29.
10. Иванилова С.В. Экономика организации: Учебное пособие / С.В. Иванилова. – М.: Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 152с.
11. Кашайкин С.И. Роль малого и среднего предпринимательства в экономике Российской Федерации / С.И. Кашайкин, А.В. Селезов, Д.А. до-брин // Академия педагогических идей Новая. Серия: Студенческий научный вестник. – 2019. – №1. – С.440-444.
12. Кочесокова М.К. Роль и значение малого и среднего бизнеса в экономическом развитии / М.К. Кочесокова // International Journal of Innovative Technologies in Economy. 2017. – №7. – С.60-63.
13. Кузнецова М.А. Малое и среднее предпринимательство как основа развития региональной экономики / М.А. Кузнецова, Т.Б. Коняхина, Е.Б. Соломонова // Экономика и предпринимательство. – 2019. – №1. – С.383-386.
14. Линник А.А. Основные показатели анализа экономической эффективности малых предприятий / А.А. Линник, Т.В. Бубновская // Актуальные вопросы современной экономики. – 2018. – №5. – С.150-153.
15. Максимова Е.Э. Роль малого и среднего предпринимательства в экономике страны / Е.Э. Максимова // Modern Science. – 2019. – №10-2. – С.111-114.
16. Маликова М.Ж. Теоретические основы разработки управленческих решений в сфере государственной поддержки малого предпринимательства / М.Ж. Маликова // Академическая публицистика. – 2020. – №1. – С.50-54.
17. Мананникова О.Н., Потокина С.А., Климова Д.Н. Малое предпринимательство как источник занятости в России / О.Н. Мананникова, С.А. Потокина, Д.Н. Климова // Sciences of Europe. – 2019. – №36-3. – С.20-24.
18. Меджидова М.К. Государственное регулирование развития субъектов малого предпринимательства /

- М.К. Меджидова, Р.Ш. Камилова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – №6-2. – С.139-142.
19. Наливкина Е.В. Анализ показателей эффективности деятельности организации, характеризующих эффективность использования ресурсов / Е.В. Наливкина // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сборник статей по материалам СХХ междун. Науч.-практ. Конференции. – М.: Интернаука, 2019. – С.361-365.
20. Носова Т.А. Малое предпринимательство в современной экономике / Т.А. Носова // Вектор экономики. – 2017. – №1. – С.10-13.
21. Официальный сайт Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru>.
22. Пилюгина С.Ю. К вопросу выявления проблемных аспектов деятельности института малого и среднего бизнеса в России / С.Ю. Пилюгина // Актуальные вопросы права, экономики и управления: Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: Наука и Просвещение, 2017. – С.52-55.
23. Поляков Д.М. Государственное регулирование развития малого и среднего предпринимательства в России / Д.М. Поляков // Центральный научный вестник. – 2018. – Т. 3. – №45. – С.40-43.
24. Сендажы Ч.В. Государственное регулирование малого предпринимательства в экономике России / Ч.В. Сендажы, Ч.С. Манчык-Сат // Экономика и социум. – 2018. – №6. – С.1088-1090.
25. Соболев Д.Ю. Механизм государственного регулирования развития малого предпринимательства / Д.Ю. Соболев // Наука и образование: новое время. – 2019. – №2. – С.175-178.
26. Сороковой В.И. Проблемы оценки экономической эффективности малых предприятий // European Research: сборник статей XV Междун. науч.-практ. конференции. – Пенза: Наука и Просвещение, 2018. – С.60-63.
27. Степин А.Б. К вопросу о государственной поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства / А.Б. Степин // Современное право. – 2019. – №2. – С.76-79.
28. Тажудинова Д.А. Перспективы развития малого и среднего бизнеса в России в современных условиях / Д.А. Тажудинова, З.Р. Раджабова // Экономика и предпринимательство. – 2018. – №3. – С.655-658.
29. Тепцова А.Д. Экономическая эффективность в малом предпринимательстве на примере предприятия / А.Д. Тепцова, О.А. Федотова // Молодежный вектор развития аграрной науки: Материалы 69-й студенческой научной конференции. – Воронеж: ВГАУ им. имп. Петра I, 2018. – С.241-242.
30. Тюнюкова Е.В. Роль демократизации общества в развитии малого и среднего бизнеса / Е.В. Тюнюкова, М.О. Литвиненко // Экономика и предпринимательство. – 2019. – №1. – С.608-613.
31. Цай М.Н. Эффективность малого предпринимательства в Российской Федерации / М.Н. Цай // Вестник науки. – 2019. – Т. 1. – №2. – С.122-128.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/81808>