

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - «Функционирование и развитие субъекта малого предпринимательства сферы бытового обслуживания населения на локальном потребительском рынке (на примере ООО "Престиж", г. Екатеринбург)».

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

Целью работы является провести оценку и разработать рекомендации по совершенствованию деятельности субъекта малого предпринимательства на локальном потребительском рынке.

Для достижения цели, во второй главе работы производится анализ и оценка тенденций развития субъекта малого предпринимательства сферы бытового обслуживания (на примере ООО "Престиж", г. Екатеринбург).

Слайд 2 Рынок потребительских товаров – организованная система, в которой потребительский спрос на товары/услуги встречается с предложениями производителей. Потребительский рынок – одна из фундаментальных структур национальной экономики. Она создает оптимальные условия для воспроизводства продукции, обеспечивает эффективность товарно-рыночных отношений между экономическими агентами, удовлетворяет потребительский спрос в условиях конкурентной среды. Потребительский рынок – центральная система рыночной экономики, способствующая свободному товарообороту на локальном, региональном и национальном уровнях.

Слайд 3 На сегодняшний день в России производством мебели занимаются, по различным оценкам, от 5100 до 5800 предприятий, из которых примерно 500 – крупных и средних. Основная масса производств сосредоточена в Центральном и Приволжском федеральных округах, на долю которых приходится более половины суммарного объема производства по стране.

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

Слайд 4

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

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

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

Слайд 5

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

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

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

Коэффициент быстрой ликвидности характеризует ожидаемую платежеспособность предприятия на период, равный средней продолжительности одного оборота дебиторской задолженности. Значение данного коэффициента в 2015 г., равное 0,5, может говорить о высоком финансовом риске, связанным, например, с тем, что предприятие окажется не в состоянии оплатить свои счета.

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

Слайд 6

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

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

Слайд 7

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

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

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

Слайд 8

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

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

Слайд 9

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

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

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

Слайд 10

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

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

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

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

Слайд 11

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

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

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

Слайд 12

Таким образом, Цель работы - анализ управления оборотными активами предприятия на примере ООО «БИР ПЕКС» – **достигнута.**

Спасибо за внимание! Доклад окончен.