

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Экономика и управление организациями малого бизнеса
сборник учебно-методических материалов

Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного
университета*

Составитель: Рычкова Е.С.

Экономика и управление организациями малого бизнеса: Сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. - 55 с.

© Амурский государственный университет, 2017

© Кафедра экономической безопасности и экспертизы, 2017

© Рычкова Е.С., составление

Содержание

1	Краткое изложение лекционного материала	4
2	Методические рекомендации к практическим занятиям	28
3	Методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы	36

1. Краткое изложение лекционного материала

Лекция – одна из базовых форм обучения обучающихся. Углубляясь в значение термина, можно сказать, что лекцией следует называть такой способ изложения информации, который имеет стройную логическую структуру, выстроен с позиций системности, а также глубоко и ясно раскрывает предмет.

В зависимости от задач, назначения и стиля проведения различают несколько основных видов лекций: вводная, информационная, обзорная, проблемная, визуализационная, бинарная, конференция, консультация. Лекция, особенно проблемного характера, дополняет учебники и учебные пособия. Она оказывает существенное эмоциональное влияние на обучающихся, будит мысль, формирует интерес и желание глубоко разобраться в освещаемых лектором проблемах.

Тема 1. Понятие, основные признаки и роль малого предпринимательства в обществе.

Цель: Ознакомление с понятиями, основными признаками и ролью малого предпринимательства в обществе

План:

1. Сущность малого предпринимательства, основные критерии, определяющие малое предприятие (микропредприятие).
2. Преимущества и недостатки малого предпринимательства.
3. Роль малого предпринимательства в экономике страны и регионов. Некоторые причины, тормозящие развитие малого предпринимательства в Российской Федерации.

Малый бизнес – это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при установленных законом, органами государственной власти и другими представительными организациями критериев констатирующих сущность данного понятия.

Экономические функции малого бизнеса:

Придает экономике необходимую гибкость

Формирует конкретную среду и ускоряет научно-технический прогресс

Малое предприятие должно быть определено конкретным признаком. Таким признаком обычно принимают число работающих. В различных странах для конкретных хозяйственных ситуаций максимально допустимое число работников на малом предприятии оговаривается законом. Чаще всего под малым предприятием понимают предприятие с числом работников менее 50 человек, но имеются примеры, где число работников допускается до 200 человек, и где их должно быть не более 15 человек. Это зависит от сферы деятельности предприятия.

В соответствии с Федеральным законом «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, ее субъектов, общественных и религиозных объединений, благотворительных и иных фондов не превышает 25 %, а доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимися субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 %. При этом численность работников предприятия не должна превышать:

- для промышленности, в строительстве, на транспорте - 100 человек;
- в сельском хозяйстве, в научно-технической сфере - 60 человек;
- в оптовой торговле - 50 человек;
- в розничной торговле, бытовом обслуживании населения - 30 человек;
- в остальных отраслях и видах деятельности - 50 человек.

Средняя за отчетный период численность работников малого предприятия определяется с учетом всех его работников, в том числе работающих по договорам гражданско-правового характера и по совместительству с учетом реального отработанного времени, а также работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений указанного юридического лица.

В случаях превышения малым предприятием вышеназванной численности работников данное предприятие лишается льгот, предусмотренных действующим законодательством, на период, в течении которого допущено указанное превышение, и на последующие три месяца. Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критерию того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или в годовом объеме прибыли.

Малое предприятие не является особой хозяйственной формой. Его выделение обусловлено масштабами деятельности, особенностями в организации работы, льготами со стороны государства.

Малое предприятие является юридическим лицом. Это означает, что имеется его государственная регистрация, оно может выступать как участник хозяйственных сделок и договоров, его деятельности индивидуально учитывается и контролируется.

Для экономики в целом деятельность малых фирм является важным фактором повышения ее гибкости. По уровню развития малого предпринимательства специалисты даже судят о способности страны приспособливаться к меняющейся экономической обстановке.

Малый бизнес России в последние годы развивается опережающими темпами. Но несмотря на это, малые предприятия по-прежнему не оказывают существенного влияния на развитие российской экономики в целом. Доля производства продукции и услуг малыми предприятиями составляет лишь около 8% суммарных объемов производства всеми предприятиями страны. На долю малых предприятий приходится лишь 3,4% общего объема инвестиций в основной капитал.

Говоря о роли малого предпринимательства, опираясь на опыт развитых стран, можно сформулировать вывод, что поступательное развитие малого предпринимательства является важнейшим фактором успешного решения следующих проблем:

- формирование конкурентных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества в товарах (работах, услугах);

- расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ, услуг.

- приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям;

- содействие структурной перестройке экономики. Малое предпринимательство придает экономике гибкость, мобильности маневренность;

- привлечение личных средств населения для развития производства. Партнеры на малых предприятиях вкладывают свои капиталы в дело с большей заинтересованностью, чем на крупных;

- создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;

- вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся);

- формирование социального слоя собственников, владельцев предприятий (фирм, компаний);

- активизация научно-технического прогресса;

- освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств;

- содействие деятельности крупных предприятий путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки, создания вспомогательных и обслуживающих производств;

- освобождение государства от низкорентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

Все эти экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики России.

Тема 2. Организационно-экономическая характеристика и структура малого предприятия

Цель: Ознакомление с организационно-экономической характеристикой и структурой малого предприятия

План:

1. Организационно-правовые формы деятельности хозяйствующих субъектов малого предпринимательства. Движущие мотивы развития экономики организации малого бизнеса.
2. Деятельность организации на рынке в условиях жесткой конкуренции. Классификация предпринимательской деятельности субъектов малого предпринимательства. Особенности предпринимательской деятельности в малом секторе экономики.
3. Государственное регулирование и поддержка деятельности организации малого бизнеса в условиях рыночной экономики.

Малое предпринимательство играет исключительно важную роль в экономической и социальной жизни развитых стран. В мировой практике считается нормой государственное поощрение малого бизнеса в интересах общества и государства. При этом задача государства состоит не в том, чтобы просто передать малым предприятиям финансовые, технические и иные ресурсы, и не в том, чтобы поддерживать их любой ценой, а в том, чтобы создать правовые и экономические условия для их выживания, способности расти и саморазвиваться в условиях рынка.

Малый бизнес рассматривается как явление социальное, обеспечивающее занятость и самозанятость, реализацию предпринимательской инициативы и инноваций, а также другие эффекты, а не как один из основных наполнителей бюджета.

Следует отметить политическое влияние малого бизнеса в различных странах достаточно велико, поскольку эта социальная группа давно стала основой сформировавшегося среднего класса, наиболее представительного по своей численности и являющегося выразителем политических предпочтений значительной части населения. В России это влияние не достаточно сильное по причине не достаточной его развитости. В условиях устойчивого социально-экономического и политического развития общества мелкие предприниматели отличаются наибольшей приверженностью принципам демократии, политической стабильности и экономической свободы. Слой мелких собственников проявляет наибольшую активность, и даже агрессивность при возникновении угрозы в отношении собственности, так как в отличие от крупных и средних собственников для владельцев малых предприятий их собственность зачастую является единственным средством к существованию и важнейшим способом самовыражения. Средний класс либо сам формирует свои политические движения, либо становится объектом борьбы различных политических сил за голоса избирателей. Данный фактор определяет неразрывность связи МП с интересами местных и региональных сообществ, что обуславливает его зависимость от национальной основы и составляет питательную среду для его патриотических настроений.

Развитие малого и среднего предпринимательства является важнейшим показателем степени успешности рыночных реформ, уровня эффективности конкурентной экономики. Анализ экономической литературы и имеющихся статистических данных о деятельности субъектов малого предпринимательства свидетельствует об усилении роли малых предприятий даже в странах с развитой рыночной экономикой, хотя при этом устойчивость малых предприятий остается относительно низкой. При росте численности малых предприятий, развитой инфраструктуре и государственной поддержке малое предпринимательство является важным фактором решения экономических, социальных задач, а также занятости населения. Как правило, развитие малого предпринимательства является условием решения следующих проблем:

- формирование конкурентных, цивилизованных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества;
- расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ, услуг. Стремясь к удовлетворению запросов потребителей, малый бизнес способствует повышению качества товаров, работ, услуг и культуры обслуживания;
- приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям;
- содействие структурной перестройке экономики. Малое предпринимательство придает экономике гибкость, мобильность, маневренность;
- привлечение личных средств населения на развитие производства.
- создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;

- способствовать более эффективному использованию творческих возможностей людей, раскрытию их талантов, развитию различных видов ремесел, народных промыслов;
- вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся);
- формирование социального слоя собственников, владельцев, предпринимателей;
- активизация научно-технического прогресса;
- освоение и использование местных источников сырья, отходов крупных производств;
- содействие крупным предприятиям путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки, создание вспомогательных и обслуживающих производств;
- освобождение государства от низкорентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

Тема 3. Экономические ресурсы организации малого бизнеса.

Цель: Ознакомление с экономическими ресурсами в организации малого бизнеса.

План:

1. Состав. Показатели эффективности использования ресурсов малого предприятия и их характеристика. Основные фонды организации малого бизнеса: показатели оценки состояния, движения и направления улучшения их использования.
2. Воспроизводство основных фондов. Управление оборотными средствами. Определение потребности малого предприятия в оборотном капитале. Трудовые ресурсы малого предприятия.

Ресурсы - это факторы, используемые для производства экономических благ. Под экономическими ресурсами понимаются все природные, людские и произведенные человеком ресурсы, которые используются для производства товаров и услуг.

Все разнообразие ресурсов можно классифицировать в соответствии с различными подходами: 1) материальные ресурсы - земля, или сырьевые материалы, и капитал; 2) людские ресурсы - труд и предпринимательская деятельность.

К понятию "земля" относят все естественные ресурсы: пахотные земли, леса, месторождения полезных ископаемых, водные ресурсы (ресурсы рек, морей и океанов).

Понятие "капитал или инвестиционные ресурсы" охватывает все произведенные средства производства, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их конечному потребителю (здания, сооружения, оборудование и т.п.). Процесс производства и накопления средств производства называется инвестированием.

Понятие "труд" обозначает все физические и умственные способности людей, применяемые в производстве товаров и услуг.

Под предпринимательской деятельностью, или предприимчивостью, понимается особый вид человеческих ресурсов, заключающийся в способности наиболее эффективно использовать все другие факторы производства.

Все экономические ресурсы, или факторы производства, обладают одним общим свойством: они редки или имеются в ограниченном количестве. Это означает, что ресурсов, как правило, меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития; имеют определенный предел и пахотные земли, и полезные ископаемые, и средства производства, и рабочая сила (рабочее время). Вследствие редкости ресурсов объем производства ограничен. Общественное производство не способно произвести, а следовательно, и потребить весь объем товаров и услуг, который общество хотело бы получить.

Поскольку ресурсы продаются и покупаются, они имеют цену. Будучи результатом взаимодействия спроса и предложения, цена отражает все особенности рынков ресурсов, как общие для всех видов, так и специфические для каждого из них.

Особенности рынков ресурсов обобщенно выражаются прежде всего в том, что в силу их ограниченности неизбежно ограничены и сам объем производства, и предложения ресурсов. Общество не в состоянии произвести, а значит, и потребить такой объем товаров и услуг, кото-

рым бы хотело располагать. В связи с этим спрос на них весьма устойчив, более того, для рынка ресурсов характерна его концентрация, которая делает типичным явление монополии (единственный покупатель) или олигополии (небольшое число покупателей). Яркий пример - рынок труда в небольшом городе, где вполне реальна ситуация, когда единственным покупателем рабочей силы в данной отрасли выступает одна фирма.

Цена на экономические ресурсы складывается, как и на всяком другом рынке, под воздействием спроса и предложения. Предложение ресурсов отражает прямую связь между ценой на них и реально имеющимся объемом: в интересах владельцев ресурсов поставлять их по более высокой цене. Спрос же на ресурсы отражает обратную связь между ценой и объемом спроса: если цена повышается, фирма либо будет покупать меньше ресурсов, либо заменит их более дешевыми.

Рассмотрим особенности спроса на ресурсы.

1. Он является производным (зависимым) от спроса на готовую продукцию, изготавливаемую с применением данных ресурсов. Следовательно, изменение первого прежде всего зависит от изменения второго.

2. Спрос на ресурсы зависит от производительности труда: ее рост вызывает увеличение спроса на экономические ресурсы.

3. Спрос на данные ресурсы связан с динамикой спроса на другие ресурсы, т.е. с изменением цены на замещающие ресурсы и на дополнительные ресурсы.

При введении в производство замещающих ресурсов фирма получает эффект двух видов. Первый - эффект замещения: замена одного ресурса другим изменяет цену и спрос (замещение труда капиталом ведет к падению спроса на труд и увеличению на капитал).

Второй - эффект объема производства: увеличение издержек на капитал вызывает падение объема производства и соответственно сокращение спроса на ресурсы (капитал). Эти эффекты действуют в противоположных направлениях.

Общий вывод - производный спрос на ресурсы возрастает, если: увеличивается спрос на продукт, повышается производительность труда в выпуске готовой продукции, падает или поднимается цена на замещающие ресурсы, снижается цена на дополнительные ресурсы. Отсюда следует, что эластичность спроса на ресурсы, т.е. реакция на изменение цен ресурсов, зависит от следующих факторов:

- эластичности спроса на готовую продукцию: чем она выше, тем эластичнее спрос на ресурсы (когда повышение цены на товар вызывает значительное падение спроса на него, потребность в ресурсах также снижается);

- заменяемости ресурсов: эластичность спроса на них высока, если в случае повышения цены существует возможность их замещения другими ресурсами или внедрения более совершенной технологии;

- доли ресурсов в общих издержках: если удельный вес ресурсов в общих издержках велик, а цена на ресурсы растет, то это приводит к падению спроса на них. Следовательно, чем выше доля ресурсов в общих издержках производства, тем выше эластичность спроса.

Особенности предложения ресурсов. Несмотря на ограниченность, они могут меняться под воздействием усилий людей, например, предложение земли можно увеличить путем проведения мелиоративных работ. В целом же предложение ресурсов зависит от закона редкости, ограниченности ресурсов (при этом следует помнить об относительном характере этой ограниченности: ресурсы ограничены по сравнению с потребностями производства в них для получения необходимых в данный момент экономических благ). Наименее эластично предложение земли - ее размеры довольно жестко фиксированы, а альтернативного, заменяющего ресурса не существует. Это уникальное невозпроизводимое благо. Практически неэластично предложение полезных ископаемых, хотя их можно заменить другими ресурсами или открыть новые месторождения. Предложение других видов ресурсов более эластично и в большей степени зависит от экономической ситуации и экономической политики.

Тема 4. Сущность и содержание экономического механизма функционирования организации малого бизнеса.

Цель: Ознакомление с сущностью и содержанием экономического механизма функционирования организации малого бизнеса.

План:

1. Сущность и структура экономического механизма функционирования организации малого бизнеса. Правовые и нормативные основы регулирования деятельности организации малого бизнеса. Защита прав собственности и совершенствование корпоративного управления.

2. Основные факторы конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства. Улучшение информационного обеспечения как условие эффективного развития малого предприятия. Механизм воздействия налоговой системы на деятельность организации малого бизнеса. Специальные налоговые режимы для субъектов малого предпринимательства. Виды и методы оценки предпринимательских рисков.

Предприятие, являясь (с точки зрения экономической теории) открытой операционной системой, в процессе хозяйственной деятельности вступает во взаимоотношения, как с другими хозяйствующими субъектами, так и с государством, в лице законодательных и исполнительных органов власти.

С одной стороны, деятельность предприятия обуславливает совокупность рынка ресурсов. Предприятию необходимы квалифицированные кадры, сырье, товары, технические ресурсы, технологии, кредитные линии, информация о состоянии рынка и спросе покупателей и т. д.

С другой стороны, предприятию необходимо выйти на рынки сбыта, где в конкурентной борьбе осуществляется реализация товаров и услуг. Завершающей стадией кругооборота деятельности предприятия является уплата налогов, возвращение кредитов и процентов по ним, выплата дивидендов и направление средств на развитие предприятия.

В процессе хозяйственной деятельности постоянно сталкиваются экономические интересы различных хозяйствующих субъектов (участников этого процесса). С этой точки зрения различают народнохозяйственные интересы, интересы государства, интересы собственников предприятия, интересы администрации государственной и администрации предприятия, интересы наемных работников. В структуре экономических интересов, которая базируется на отношениях собственности и движется мотивами личной выгоды, существуют отдельные моменты, в которых пересекаются интересы большинства субъектов. Например, обуздание инфляции, или увеличение производства сельскохозяйственной продукции, или пропорциональность развития спроса и предложения.

В настоящее время существует ряд субъективных и объективных противоречий между интересами предприятия и государства. Например, предприниматели заинтересованы, чтобы максимальная часть прибыли оставалась у предприятия, а государство (в силу дефицита государственного бюджета) - наоборот. Противоречия такого рода существуют также и между потребителями и производителями. Например, производители не заинтересованы в выпуске товаров дешевого ассортимента, а потребители - наоборот.

Экономика становится эффективной, а хозяйственный механизм действенным и стабильным только в случае долговременного и стабильного поддержания баланса интересов всех экономических субъектов и государства.

Целью деятельности любого предприятия является получение максимального результата. Для коммерческого предприятия таким результатом является прибыль.

Экономический механизм идентичен понятию управления экономическим процессом. Он представляет собой сознательное воздействие человека на объекты, процессы и участие в них людей, осуществляемое с целью придать определенные направления хозяйственной деятельности и достичь желаемых результатов.

Отдельные ученые обоснованно указывают, что более удачным является термин "система управления". Однако данное понятие прочно вошло в отечественную экономическую литературу, хотя и редко используется в зарубежной практике.

Механизм хозяйствования на предприятии представляет собой совокупность форм, методов и инструментов управления экономическими процессами, при помощи которых оказывается воздействие на его хозяйственную деятельность, достижение стратегических и тактических

целей развития. Реальной причиной действий и поступков людей в условиях рыночных отношений, побудительным мотивом их хозяйственной деятельности выступает экономический интерес. Этот интерес находит свое выражение в экономической выгоде, которая принимает различные формы (для собственника - прибыль, для работника - оплата труда и т. д.).

К широко применяемым методам, используемым в управлении любым хозяйствующим субъектом, относятся целеполагание, анализ хозяйственной деятельности, прогнозирование, планирование (включая разработку бизнес-планов), мотивация и контроль.

Трансформация экономической системы коренным образом изменила условия хозяйственной деятельности предприятий, повлияла на механизмы и мотивацию принимаемых ими решений.

Исследования по изучению адаптации государственных и бывших государственных (в том числе акционерных, приватизированных, находящихся в процессе приватизации) предприятий к принципиально новой экономической ситуации показали, что все многообразие форм их поведения можно заключить в рамки нескольких моделей.

Первая модель (приближенная к дореформенной). Предприятия слабо реагируют на рыночные сигналы либо реагируют неадекватно; они решают возникающие проблемы традиционным образом, а если самостоятельно решить их невозможно, ждут их решения на государственном уровне. Так, например, ситуация с неплатежами усугубляется именно ожиданием руководства предприятий государственных решений. Такие предприятия обычно инерционны во всех отношениях: они сохраняют традиционные неэффективные хозяйственные связи, не ищут новых платежеспособных покупателей, поставщиков более дешевой и качественной продукции, продолжают финансирование начатых инвестиционных программ, несмотря на их неэффективность в нынешних условиях. Ресурсоемкость на таких предприятиях ограничивается лишь наличием или дефицитностью соответствующего ресурса, но не финансовыми соображениями.

На предприятиях, отнесенных к этой модели, в основном сохраняется кадровый состав при падении производительности труда и увеличении издержек производства. В лучшем случае на таких предприятиях снижается уровень занятости в результате прекращения приема на работу выпускников школ, профессионально-технических училищ, средних и высших учебных заведений. Размер заработной платы зависит, прежде всего, от роста потребительских цен в стране, а не от результатов деятельности предприятий.

Число предприятий, выбравших эту модель поведения, невелико. При этом часть из них довольно успешно развивается за счет экспорта, льготных кредитов, налоговых льгот и т. д.

Вторая модель (рыночная). Предприятия быстро и адекватно реагируют на рыночные регуляторы, ориентируясь на собственные ресурсы, самостоятельно прогнозируют ситуацию и принимают профилактические меры. Такие предприятия активны в поиске новых хозяйственных связей, расширяют географию рынка сбыта, выходят на внешний рынок, перестраивают производство под нужды экспорта, целенаправленно ищут для этого инвестиции.

Приспособление структуры производства к рыночным условиям может быть определено следующими факторами: увеличение удельного веса выпуска рентабельных, находящихся сбыт видов продукции за счет снижения остальных; установление цен на продукцию с учетом биржевых и аукционных, а также возможностей покупателей; поиск инвестиций под новые программы, дающие быстрый эффект, и свертывание неэффективных программ; введение и соблюдение жесткого режима экономии, ведение учета затрат по всем статьям калькуляции себестоимости, экономия на масштабах производства; сокращение излишней численности персонала; установление прямой зависимости заработной платы от результатов хозяйственной деятельности; перестройка организационной структуры, создание структурных звеньев, наделяемых самостоятельностью, эффективное, а не формальное внедрение внутрипроизводственного расчета.

Третья модель (смешанная, т.е. отсутствие окончательного выбора модели). Предприятия такой ориентации рассчитывают, с одной стороны, на помощь государства в получении льготных кредитов, субсидий, а с другой — на собственные силы.

Описанные модели определяют лишь самые основные различия и тенденции в деятельности предприятий. Реальность гораздо сложнее и зависит от различных комбинаций факторов, способствующих тому или иному типу поведения,

Широкий разброс типов поведения предприятий в рамках трех моделей не позволяет определить, сколько предприятий выбрало ту или иную модель, однако можно установить, какая модель становится предпочтительной для них.

К важнейшим объективным факторам, влияющим на выбор типа поведения предприятия, относятся: форма собственности; его размер; возможности экспорта; особенности государственного регулирования деятельности конкретного предприятия (прежде всего ценовое регулирование, контроль за уровнем рентабельности, возможность получения субсидий, льготных кредитов); степень развития социальной инфраструктуры, а также место предприятия в городской, региональной структуре.

В рамках основных моделей поведения предприятий существует несколько стратегий выживания, определяемые выбором такого звена в их деятельности, которое “способно вытянуть всю цепочку”.

Развитие экспорта. При наличии соответствующей технической базы эта стратегия является одной из самых привлекательных, во-первых, из-за низкого курса рубля, во-вторых, из-за ценового фактора. Многие предприятия пытаются даже при отсутствии соответствующей базы и в ущерб нуждам отечественных потребителей их продукции выйти на внешний рынок, при этом они разрабатывают инвестиционные проекты, ищут способы привлечения зарубежных инвестиций и кредитов.

Диверсификация деятельности. Руководители предприятий выделяют в своем производстве “центры прибыльности”, осваивают выпуск новых, высоко прибыльных видов продукции, избавляются от убыточных производств, наделяют самостоятельностью структурные подразделения, которые в свою очередь начинают искать заказы на продукцию, пользующуюся спросом. Многие предприятия дополняют основное производство такими видами деятельности, как участие в учреждении банков, бирж, страховых компаний, развитие собственной торговли.

Структурные изменения. Продуманные с позиции здравого смысла изменения организационной структуры предприятий, как правило, становятся катализатором положительных изменений в производстве. Наделенные самостоятельностью в результате децентрализации управления производственные единицы более чутко реагируют на состояние рыночной конъюнктуры. Многие предприятия входят в новые горизонтальные объединения, участвуют в формировании финансово-промышленных групп.

Финансовая политика. На предприятиях особое внимание уделяется регулированию уровня рентабельности, заработной платы, формированию ценовой политики с учетом спроса, снижению уровня производственных запасов, режиму экономии, разработке специальных программ по привлечению инвестиций. Предприятия принимают стратегические решения исходя, прежде всего из критериев финансовой эффективности. Однако следует отметить, что финансовое положение пока не является для предприятий основным индикатором благополучия. Государство в значительной степени самоустранилось от решения производственных и социальных задач, регулирования товарных потоков между предприятиями, поэтому функцию регулятора выполняют финансовые ограничения.

Существуют две обобщенные модели предпринимательского поведения предприятий:

классическая модель, при которой экономический объект стремится организовать работу таким образом, чтобы получить максимальную отдачу. Именно в рамках этой модели формируется концепция управления спадом производства, для воплощения которой требуется время на проведение ряда мероприятий в результате субсидирования, протекционизма со стороны правительства (увеличение затрат на экспорт оборудования и эмиграцию квалифицированной рабочей силы, повышение тарифов на импорт товаров и др.). Приводятся в действие и внутренние резервы: повышение рентабельности, модернизация производства, совершенствование планирования и управления, обновление ассортимента продукции. При видимой целесообразности этих мер результаты, как правило, оказываются достаточно скромными.

Более того, они отвлекают внимание от использования настоящих резервов повышения производительности труда и конкурентоспособности предприятий. Зарубежный опыт свидетельствует, что для выживания предприятия могут перенести операции за границу, прекратить финансирование неприбыльных видов деятельности, сократить количество выпускаемых изделий, большую часть комплектующих изделий покупать за рубежом и др.;

инновационная модель предполагает поиск новых путей развития, что позволяет говорить о концепции управления инновациями, включающими формирование направлений экономического прорыва, разработку механизмов управления риском и отношениями с потребителями, создание сети обмена технологиями и ноу-хау. В этой модели активную роль играют инновационный настрой менеджмента всех эшелонов управления, нейтрализация сопротивления изменениям, стимулирование различных инициатив, наличие венчурного капитала, действенная система управления производственно-сбытовыми операциями, эффективная организационная структура и т.д.

Стратегия предприятий в инновационной модели предпринимательства базируется на постоянном поиске и расширении рынка товаров, что свидетельствует об агрессивном характере рыночной стратегии.

Пограничной между этими двумя стратегиями считается “лидирующая” стратегия, когда целью предприятий является удержание захваченного ранее сектора рынка, но очевидно, что такое состояние не может быть длительным.

Тема 5. Внешняя и внутренняя среда деятельности организации малого бизнеса на потребительском рынке.

Цель: Ознакомление с внешней и внутренней средой деятельности организации малого бизнеса на потребительском рынке.

План:

1. Понятие и общая характеристика внешней среды функционирования хозяйствующих структур. Основные факторы внешней и внутренней среды и их влияние на условия и результаты деятельности малого предприятия (микропредприятия).

2. Критерии и система показателей оценки устойчивого (стабильного) и эффективного развития экономики организации малого бизнеса.

Любое предприятие находится и функционирует в определенной среде, и каждое его действие возможно только в том случае, если среда допускает его. Предприятие находится в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания, так как внешняя среда служит источником производственных ресурсов, необходимых для формирования и поддержания производственного потенциала. Факторы внешней среды являются неконтролируемыми со стороны предприятия и его служб. Под влиянием событий, происходящих вне предприятия, во внешней среде, руководителям приходится изменять внутреннюю организационную структуру, приспособлявая ее под изменившиеся условия.

Внешняя среда предприятия – это все условия и факторы, которые возникают независимо от деятельности предприятия и оказывают существенное воздействие на него. Внешние факторы обычно делятся на две группы: факторы прямого воздействия (ближайшее окружение) и факторы косвенного воздействия (макроокружение).

К факторам прямого воздействия относят факторы, которые оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятия: поставщики ресурсов, потребители, конкуренты, трудовые ресурсы, государство, профсоюзы, акционеры (если предприятие является акционерным обществом).

В условиях переходной экономики России именно от государства в значительной мере зависит эффективность деятельности предприятий, прежде всего создание цивилизованного рынка и правил игры на этом рынке.

Основные функции государства:

- создание правовой основы жизнедеятельности страны, в том числе разработка, принятие и организация выполнения хозяйственного законодательства;

- обеспечение правопорядка в стране и ее национальной безопасности;
- стабилизация экономики (в первую очередь снижение уровня безработицы и инфляции);
- обеспечение социальной защиты и социальных гарантий;
- защита конкуренции.

Факторы косвенного воздействия не оказывают прямого действия на деятельность предприятия, но учет их необходим для выработки правильной стратегии.

К наиболее значимым факторам косвенного воздействия относятся:

- политические факторы – основные направления государственной политики и методы ее реализации, возможные изменения в законодательной и нормативно-технической базе, заключаемые правительством международные соглашения в области тарифов и торговли и т. д.;

экономические факторы – темпы инфляции или дефляции, уровень занятости трудовых ресурсов, международный платежный баланс, процентные и налоговые ставки, величина и динамика внутреннего валового продукта, производительность труда и т. д. Эти параметры оказывают на различные предприятия неодинаковое влияние: что одной организации представляется экономической угрозой, другая воспринимает как возможность. Например, стабилизация закупочных цен на продукцию сельского хозяйства для ее производителей рассматривается как угроза, а для перерабатывающих предприятий – как выгода;

- социальные факторы внешней среды – отношение населения к работе и качеству жизни; существующие в обществе обычаи и традиции; разделяемые людьми ценности; менталитет общества; уровень образования и т. п.;

- технологические факторы, анализ которых позволяет предвидеть возможности, связанные с развитием науки и техники, своевременно перестроиться на производство и реализацию технологически перспективного продукта, спрогнозировать момент отказа от используемой технологии.

Анализ внешней среды предприятия затрудняется тем, что основными характеристиками внешней среды являются ее неопределенность, сложность, подвижность, а также взаимосвязанность ее факторов. Окружение современных предприятий изменяется с нарастающей скоростью, что предъявляет все более возрастающие требования к анализу внешней среды и выработке такой стратегии, которая в максимальной степени учитывала бы все возможности и угрозы внешней среды.

Внутренняя среда предприятия определяет технические и организационные условия работы предприятия и является результатом управленческих решений. Целью анализа внутренней среды предприятия служит выявление слабых и сильных сторон его деятельности, так как, чтобы воспользоваться внешними возможностями, предприятие должно иметь определенный внутренний потенциал. Одновременно надо знать и слабые места, которые могут усугубить внешнюю угрозу и опасность.

Внутренняя среда организаций включает следующие основные элементы: производство, финансы, маркетинг, управление персоналом, организационную структуру.

Значение анализа внутренней среды объясняется следующими обстоятельствами:

- информация о внутренней среде необходима для того, чтобы определить внутренние возможности, потенциал, на который предприятие может рассчитывать в конкурентной борьбе для достижения поставленных целей;

- анализ внутренней среды позволяет лучше уяснить цели и задачи организации.

Основными элементами внутренней среды предприятия являются:

- производство (в зарубежной экономической литературе – управление операциями): объем, структура, темпы производства; номенклатура продукции; обеспеченность сырьем и материалами, уровень запасов, скорость их использования; наличный парк оборудования и степень его использования, резервные мощности; экология производства; контроль качества; патенты, торговые марки и т. д.;

- персонал: структура, квалификация, количественный состав работников, производительность труда, текучесть кадров, стоимость рабочей силы, интересы и потребности работников;

- организация управления: организационная структура, методы управления, уровень менеджмента, квалификация, способности и интересы высшего руководства, престиж и имидж предприятия;

- маркетинг, охватывающий все процессы, связанные с планированием производства и реализацией продукции, в том числе: производимые товары, доля рынка, каналы распределения и сбыта продукции, маркетинговый бюджет и его исполнение, маркетинговые планы и программы, стимулирование сбыта, реклама, ценообразование;

- финансы – своего рода зеркало, в котором отражается вся производственно-хозяйственная деятельность предприятия. Финансовый анализ позволяет вскрыть и оценить источники проблем на качественном и количественном уровне;

- культура и имидж предприятия – слабоформализуемые факторы, которые создают образ предприятия; высокий имидж предприятия позволяет привлечь работников высокой квалификации, стимулировать потребителей к покупке товаров и т. п.

Сущностные черты малого бизнеса, охарактеризованные выше, образуют его ядро. Логика дальнейшего анализа малого предпринимательства предполагает формулирование системы критериев, на основе которых производятся оценка и классификация хозяйственных субъектов на предмет их принадлежности к данному сектору экономики. По этому поводу в отечественной литературе ведется дискуссия, однако ясно, что в качестве таких признаков выступают устойчивые, характерные черты типичного малого предприятия. Систематизация этих критериев требует определенной основы, и таковой логично, думается, квалифицировать структуру внутренней и внешней среды типичного малого предприятия.

Структура внутренней среды малого предприятия может быть рассмотрена как совокупность функциональных областей, каждая из которых характеризуется особыми объектом (объектами) деятельности, технологией, отношениями и т.п. Эти области можно подразделить на три группы. Первая представлена стадиями процесса производства: снабжением, собственно производством, сбытом. Вторая включает в себя фазы управленческого цикла: планирование, оперативное управление (организация, координация, мотивация), контроль (бухгалтерский учет и отчетность, анализ, собственно контроль).

Внешняя среда малого предприятия — это совокупность элементов (рынков, рыночных институтов, процессов, отношений, и т.д.), непосредственно влияющих на становление и функционирование малого бизнеса. Такие элементы характеризуются рядом признаков (параметров), конкретные состояния которых представляют собой факторы внешней среды. Например, законодательство как ее элемент может быть охарактеризовано с точки зрения его устойчивости, полноты, действенности, и т.д.

Разнообразные элементы внешней среды можно подразделить на пять групп. Первая охватывает совокупность ключевых для малого бизнеса рынков: ресурсных (средств производства, информации, рабочей силы, финансовых ресурсов) и сбытовых. Вторая группа элементов внешней среды представлена важнейшими (с точки зрения малого предприятия) рыночными институтами и агентами. В третью группу включаются комплексы (блоки) общественных отношений: правовых, социокультурных и политических, выраженных соответственно в законодательстве, традициях и нормах морали, расстановке политических сил. Четвертая группа объединяет прочие релевантные социально-экономические процессы и явления: экономическую конъюнктуру, преступность, экологию, научно-технический прогресс, структуру народного хозяйства, и т.п.

Тема 6. Особенности экономического анализа деятельности хозяйствующих субъектов малого предпринимательства.

Анализ как инструмент воздействия на хозяйственно-финансовую деятельность малого предприятия (микропредприятия). Объемные и качественные показатели деятельности субъекта малого предпринимательства. Цели и задачи экономического анализа, классификация анализа. Сущность и значение экономической диагностики показателей малого предприятия. Методы анализа. Место экономического анализа в системе экономических методов управления малым предприятием.

Необходимость быстро реагировать на постоянно изменяющиеся условия функционирования малых и средних предприятий, определяемые как конъюнктурой товарных и денежных рынков, поведением конкурентов, другими условиями окружающей социально-экономической среды, так и внутренней средой предприятия обуславливает значимость оперативного экономического анализа, как основы принятия оперативных управленческих решений.

Так как большинство российских малых и средних фирм не готово к практическому внедрению методик оперативного анализа и контроля, то возникает необходимость адаптировать теоретические положения, типовые процедуры осуществления и исходную базу информационно-аналитического обеспечения к современным условиям функционирования предприятия.

Разные авторы предлагают разные методики финансового анализа. Детализация процедурной стороны методики финансового анализа малого предприятия зависит от поставленных целей, а также различных факторов информационного, временного, методического и технического обеспечения. Логика аналитической работы предполагает ее организацию в виде двухмодульной структуры:

1. экспресс-анализ финансового состояния.
2. детализированный анализ финансового состояния.

Целью экспресс-анализа является наглядная и простая оценка финансового благополучия и динамики развития хозяйствующего субъекта. Сам экспресс-анализ целесообразно выполнять в три этапа: подготовительный этап, предварительный обзор финансовой отчетности, экономическое чтение и анализ отчетности.

Цель первого этапа - принять решение о целесообразности анализа финансовой отчетности и убедиться в ее готовности к чтению. Здесь проводится визуальная и простейшая счетная проверка отчетности по формальным признакам и по существу: определяется наличие всех необходимых форм и приложений, реквизитов и подписей, проверяется правильность и ясность всех отчетных форм; проверяются валюта баланса и все промежуточные итоги.

Цель второго этапа - ознакомление с пояснительной запиской к балансу. Это необходимо для того, чтобы оценить условия работы в отчетном периоде, определить тенденции основных показателей деятельности, а также качественные изменения в имущественном и финансовом положении хозяйствующего субъекта.

Третий этап - основной в экспресс-анализе; его цель - обобщенная оценка результатов хозяйственной деятельности и финансового состояния объекта. Такой анализ проводится с той или иной степенью детализации в интересах различных пользователей.

Детализированный анализ финансового состояния.

Его цель - более подробная характеристика имущественного и финансового положения хозяйствующего субъекта, результатов его деятельности в истекающем отчетном периоде, а также возможностей развития субъекта на перспективу. Он конкретизирует, дополняет и расширяет отдельные процедуры экспресс-анализа. При этом степень детализации зависит от направленности деятельности, аспектов планирования, области расчёта и т.д.

Предполагается следующая программа углубленного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия:

1. Предварительный обзор экономического и финансового положения субъекта хозяйствования.
 - Характеристика общей направленности финансово-хозяйственной деятельности.
 - Выявление «больных статей отчетности».
2. Оценка и анализ экономического потенциала субъекта хозяйствования.
 - Оценка имущественного положения.
 - Построение аналитического баланса-нетто.
 - Вертикальный анализ баланса.
 - Горизонтальный анализ баланса.
 - Анализ качественных сдвигов в имущественном положении.
 - Оценка финансового положения.
 - Оценка ликвидности.
 - Оценка финансовой устойчивости.

3. Оценка и анализ результативности финансово-хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования.

- Оценка основной деятельности.
- Анализ рентабельности.
- Оценка положения на рынке ценных бумаг.

Тема 7. Основы прогнозирования и планирования деятельности организации малого бизнеса.

Цель: Ознакомление с основами прогнозирования и планирования деятельности организации малого бизнеса.

План:

1. Планирование как важное условие обеспечения устойчивого и эффективного развития организации малого бизнеса. Сущность и значение прогнозирования для повышения конкурентоспособности малого предприятия (микропредприятия).

2. Основные стадии планирования хозяйственно-финансовой деятельности малого предприятия. Виды планирования. Роль и место бизнес-планирования для разработки стратегии развития организации малого бизнеса.

Планирование и прогнозирование как функции экономического управления предприятием. Процесс управления предприятием представляет собой непрерывную разработку управленческих решений и применение их на практике. От эффективности разработки этих решений в значительной степени зависит успех дела. И прежде чем начинать какое-либо дело, необходимо определить цель своих действий. В процессе производства руководителям предприятия очень часто приходится сталкиваться с критическими проблемами, и от того, насколько оптимально принято решение, будет зависеть конечный финансовый результат деятельности предприятия.

Потребность в решении возникает только при наличии проблемы, которая в общем виде характеризуется двумя состояниями—заданным (желаемым) и фактическим (прогнозируемым), и именно прогнозирование будет отправной точкой в процессе принятия управленческого решения. Рассогласование между этими состояниями предопределяет необходимость выработки – управленческого решения и контроля за его реализацией.

Экономическая работа на предприятии охватывает различные временные периоды и различные масштабы деятельности. Исходя из этих параметров всю экономическую работу можно подразделить на два этапа:

Разработка экономической стратегии управления.

Осуществление текущего экономического управления.

На каждом из этих этапов главной стадией (функцией) в системе экономического управления предприятием выступает прогнозирование и планирование хозяйственной деятельности.

Чтобы прогнозирование было наиболее эффективным, цели должны быть конкретными и измеримыми. То есть для каждой цели должны существовать критерии, которые позволили бы оценить степень достижения цели. Без этих критериев не возможна реализация одной из основных функций управления—контроля. Исходя из этого можно сделать вывод, что цель, степень достижения которой можно количественно измерить, будет всегда лучше цели, сформулированной лишь словесно (вербально).

Объективность в формировании образа будущего зависит от знания этих закономерностей и правильного их использования. Так, прогнозируя будущее, можно уменьшить неточности при его определении, но полностью избавиться от них почти невозможно. Во – первых нельзя считать достаточным уровень развития знаний о законах природы, общества и мышления. Во – вторых, в восприятии законов слишком велика роль субъективизма. В – третьих один человек не имеет возможности охватить массу разнообразной информации. Неточное формирование образа будущего обычно ведёт к утопии, для которой характерно представление о желаемом будущем, а не об объективно достижимом.

Прогноз (от гр. prognosis — предвидение) — это попытка определить состояние какого-либо явления или процесса в будущем. Процесс составления (разработки) прогноза называют прогнозированием. Прогнозирование развития (состояния) предприятия или организации — это научное обоснование возможных количественных и качественных изменений его (ее) состояния (уровня развития в целом, отдельных направлений деятельности) в будущем, а также альтернативных способов и сроков достижения ожидаемого состояния.

Тема 8. Информационная база экономической работы субъектов малого предпринимательства.

Цель: Ознакомление с информационной базой экономической работы субъектов малого предпринимательства.

План:

1. Особенности ведения бухгалтерского и налогового учета на малых предприятиях (микропредприятиях).
2. Методические аспекты формирования отчетности субъектов малого предпринимательства.

Индивидуальные предприниматели и коммерческие предприятия, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%, у которых доля, принадлежащая одному или нескольким лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25% и в которых численность работников не превышает предельный уровень 100 человек в промышленности, строительстве, на транспорте, 50 человек в оптовой торговле и других отраслях и 30 человек в розничной торговле и бытовом обслуживании, формируют понятие малого предпринимательства.

Выступая управляемой системой (объектом управления), малое предпринимательство и его составные элементы подлежат обязательному аудиту, а также нуждаются в услугах, сопутствующих аудиту. Если субъект малого предпринимательства по обороту капитала (выручка от реализации) или стоимости совокупных активов на конец года не попадает в круг субъектов, подлежащих обязательному годовому аудиту на предмет подтверждения достоверности финансовой отчетности и соответствия порядка ведения бухгалтерского учета требованиям действующего законодательства, то он, как правило, испытывает потребность в получении квалифицированной услуги по широкому спектру вопросов. Субъекты малого предпринимательства достаточно часто обращаются к аудиторам за помощью в оптимизации финансовой политики и ее составных элементов (инвестиционная, налоговая, ценовая, амортизационная, учетная, кредитная и др.), диагностирования финансового состояния и степени финансовой устойчивости, прогнозирования вероятности банкротства, технико-экономического обоснования привлечения заемных средств (и оценки их использования), бизнес-планирования, финансового планирования, формирования пояснительной записки к годовому отчету.

Представляется, что сфера взаимодействия аудиторского сообщества с малым предпринимательством и формирующими его элементами будет расширяться как количественно, так и качественно, что обеспечит реализацию целевых установок организации бизнеса каждой из участвующих в договоре сторон. В перспективе развития аудита - усиление его прогностических функций, когда аудитор будет не просто составлять заключение по обнаруженным фактам, но и формулировать предложения относительно возможности повышения эффективности бизнеса, укрепления финансовой устойчивости и в целом потенциала конкурентоспособности как экономических систем (национальная, региональная экономика, малое предпринимательство), так и подсистем (отдельный хозяйствующий субъект или их комплекс). На наш взгляд, аудит эффективности, наряду с креативным учетом, представляет собой творческое направление, позволяющее конструировать различные модели учетных систем с целью отбора оптимальных.

Особое место в инструментарии аудита малого предпринимательства принадлежит финансовому анализу, который при сохранении основных принципов фундаментальной науки о

функционировании предприятия (в том числе и малого) должен базироваться на определенных методических принципах. Эти принципы закреплены в ряде известных методов.

Метод "выгод-издержек" (benefit-cost approach) исторически восходит к философии И. Бентама и предполагает определение целевой функции собственника как отношение полученных выгод (эффекта) к понесенным затратам (инвестированному капиталу).

Метод "входящих-исходящих" заключается в том, чтобы найти золотую середину между входом и выходом и попытаться достичь максимального эффекта (output) не экстенсивным путем, а интенсивным (через увеличение output/input).

Метод оценки вероятностей восходит к кейнсианской концепции "ожиданий" и основан на том, что деятельность любой системы (в том числе субъекта малого предпринимательства) нацелена на будущее, поэтому неизбежно встает проблема неопределенности и многовариантности событий и необходимость использования дисперсионного анализа.

Метод выделения ключевого субъекта предопределяет направленность анализа в направлении ключевого субъекта (вычленение ключевого субъекта во всей социально-экономической системе).

Метод анализа-синтеза (системный подход) основан на подходе к объекту исследования как к системе (неаддитивному целому), которая предполагает единство содержания составляющих частей (содержания) и внутренней взаимосвязи этих частей (формы). На первом этапе проводится анализ (расчленение объекта исследования на составляющие и подробное автономное изучение этих частей), а на втором этапе - синтез (изучение внутренней функциональной связи этих частей). Игнорирование второго этапа может привести к тупиковой ситуации, так как система часто оказывается внутренне противоречивой. Метод анализа-синтеза при рассмотрении системы сбора и переработки информации на предприятии является всеобъемлющим и имеет иерархическую структуру, поскольку любая система распадается на подсистемы - системы более низкого порядка. Исторически применение данного метода восходит к концепции "функциональных взаимосвязей" А. Маршалла.

Возможность проведения финансового анализа или исследования по отдельному его объекту предполагает наличие информационной базы, в качестве которой в России традиционно выступает система бухгалтерского учета и отчетности. Если в роли клиента выступает индивидуальный предприниматель или малое предприятие, применяющее специальный режим налогообложения, то такая информационная база отсутствует, поскольку, как известно, индивидуальные предприниматели не ведут бухгалтерский учет и не составляют финансовую отчетность, а малые предприятия, работающие в условиях упрощенной системы налогообложения имеют право формировать только регистры налогового учета.

У аудитора возникает настоятельная потребность формирования информационного массива для анализа на основе данных, представленных в первичных учетных документах. Формированию подлежат, прежде всего, данные, которые отражаются в основных формах финансовой отчетности - бухгалтерском балансе (форма N 1) и отчете о прибылях и убытках (форма N 2). У таких хозяйствующих субъектов возникают расхождения по всем показателям, сформированным для целей представления налоговой отчетности и необходимым для выполнения процедур финансового анализа.

Оборот капитала (выручка от продаж) подлежит определению по данным первичных учетных документов об отгрузке продукции (оказании услуг, выполнении работ). Выручка определяется не кассовым методом, а методом начисления, поэтому необходимо проанализировать все документы, связанные с переходом права собственности от аудируемого клиента к его контрагенту-покупателю.

Более сложные процедуры применяются при проверке формирования затрат хозяйствующего субъекта и себестоимости реализованной им продукции. В данном случае представляется единственно целесообразным нормативный метод определения величины материальных затрат. Расходы на оплату труда и социальные платежи могут быть непосредственно отнесены на себестоимость реализованной продукции, если клиент не занимался в течение аудируемого периода никакими иными видами деятельности. Если в отчетном периоде имела место не только основная (эксплуатационная) деятельность, то расходы подлежат распределению по центрам

затрат, при этом за базу для распределения целесообразно принять выручку от продаж, величину капитальных затрат и фактически произведенные расходы, источником покрытия которых выступает свободный остаток прибыли. Косвенные расходы и в первую очередь расходы по содержанию аппарата управления малым предприятием могут быть распределены по тем же центрам затрат (расходов).

Поскольку остаток денежных средств в кассе и на счетах в банке является реальной и жестко контролируемой величиной, аудитор должен проверить приток и отток денежных средств. С позиции формирования информационного массива затрат и расходов особый интерес представляет отток денежных потоков. Первоначально предлагается распределение оттока денежных средств по прямым видам деятельности - основной, инвестиционной и финансовой. Если после такого распределения еще остается величина оттока денежных средств, то его предлагается трактовать как косвенный отток. Косвенный отток подлежит отражению и включению в состав затрат текущего отчетного периода, но нуждается в перераспределении между себестоимостью реализованной продукции (товара, работ, услуг), управленческими и коммерческими расходами. В качестве базы для распределения предлагается использование первоначальных затрат данного порядка. Такие относительно несложные расчетно-аналитические процедуры позволяют сформировать информационный массив, представленный в форме N 2.

Для формирования формы N 1 потребуется более широкий набор процедур, при этом возникает необходимость изучения информации, относящейся ко всему периоду использования специального режима налогообложения.

Тема 9. Объем продаж организации малого бизнеса.

Цель: Ознакомление с методами оценки объема продаж организации малого бизнеса

План:

1. Показатели оборота розничной и оптовой торговли и их экономическая характеристика. Особенности анализа объема продаж малого предприятия розничной и оптовой торговли.
2. Прогнозирование и планирование объема продаж розничной и оптовой торговли. Формирование товарных запасов малого торгового предприятия.

Мировой опыт подтверждает: малый бизнес — важный элемент рыночной экономики, без которого не может гармонично развиваться государство. Он во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта, формируя его 40-50 процентов. Но дело не только в количественных показателях — этот сектор по своей сути является имманентным элементом рыночной инфраструктуры.

Высокий уровень развития малого предпринимательства выступает необходимым слагаемым современной модели рыночно - конкурентного хозяйства. Если прежняя экономическая система в России делала отчетливый акцент на развитие крупных и даже гигантских предприятий, то в настоящее время преодоление чрезмерной концентрации производства и капитала, разукрупнение структуры экономики выступает одной из важнейших составляющих процесса приватизации, всей экономической реформы в целом.

Опыт мирового развития показывает, что в условиях экономического кризиса политика, ориентированная на оказание помощи и содействие развитию малого предпринимательства, дает ощутимые результаты в достижении сбалансированного экономического роста.

Малое предпринимательство – это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями, критериях (показателях), концентрирующих сущность этого понятия.

Малый бизнес - это имманентный элемент системы экономических отношений индустриальной экономики рыночного типа, обеспечивающий ее инновационную активность и поддержание конкурентной среды. Малое предпринимательство создает естественную социальную опору общественному устройству, организованному на началах рынка, а также формирует новый социальный слой предпринимателей. Оно во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта, формируя 40-50% ВВП.

Существуют количественные и качественные показатели, по которым предприятия относят именно к малым формам бизнеса.

В настоящее время в экономической статистике нашей страны размерность предприятий принято определять тремя основными количественными признаками: численностью производственного персонала, объемом валовой продукции и величиной основных производственных фондов.

Согласно Закону "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации", под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25 процентов, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 процентов, то есть чисто финансовый показатель — ограничение численности — дополняется ограничением в отношении вида собственности предприятия (качественной характеристики).

Экономические реформы в России привели к серьезным изменениям в структуре экономики Дальнего Востока и Хабаровского края, в частности, и вызвали к жизни многочисленные хозяйствующие субъекты с небольшим числом работающих и малыми объемами продукции и услуг. Это послужило основой для формирования сферы малого предпринимательства.

Динамика малого предпринимательства за последние годы показывает, что этот сектор переходит от стартового этапа к этапу развития, когда основное значение приобретают эффективность и устойчивость малых предприятий, построение при их участии новых хозяйственных связей, активизация их производственной и инновационной деятельности, осуществление прогрессивных структурных сдвигов.

В результате действия антимонопольного законодательства происходит расширение масштабов малого предпринимательства. Сфера малого бизнеса оказывает все большее воздействие на развитие российской экономики, процессы ее стабилизации. Исключительно важна ее социальная роль. При возрастающей напряженности на рынке труда эта сфера располагает большими возможностями для создания новых рабочих мест. Именно здесь формируется тот средний класс, который становится важнейшим условием укрепления социальной стабильности в России.

В настоящее время малые предприятия достаточно устойчиво обеспечивают население дальневосточного региона товарами повседневного спроса. Их приближенность к местам компактного проживания населения позволяет чутко реагировать на спрос. В их продукции широко представлены кондитерские изделия, напитки, одежда, хозяйственные товары, парфюмерия и галантерея. Негативным моментом в их работе является в некоторых случаях низкое качество продаваемых товаров и услуг, несоблюдение правил торговли.

В то же время жестко привязать предприятия малого бизнеса к определенной сфере деятельности достаточно трудно, поскольку многие из них не специализированы и в ходе функционирования расширяют спектр секторов экономики, в которых работают. При этом отраслевая принадлежность зачастую определяется управленческими решениями руководства предприятия и зависит от целей и задач дальнейшего развития.

Значение малого предпринимательства в развитии экономики России.

Специальным налоговым режимом признается особый порядок исчисления и уплаты налогов и сборов в течение определенного периода времени, применяемый в случаях и в порядке, установленных Налоговым кодексом РФ и принимаемыми в соответствии с ним федеральными законами.

К специальным налоговым режимам относятся: упрощенная система налогообложения субъектов малого предпринимательства, система налогообложения в свободных экономических зонах, система налогообложения в закрытых административно-территориальных образованиях, система налогообложения при выполнении договоров концессии и соглашений о разделе продукции.

Упрощенная система налогообложения в первую очередь относится к субъектам малого предпринимательства – малым предприятиям и индивидуальным предпринимателям.

Индивидуальные предприниматели – физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а также частные нотариусы, адвокаты, учредившие адвокатские кабинеты.

Физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, но не зарегистрировавшиеся в качестве индивидуальных предпринимателей в нарушение требований гражданского законодательства Российской Федерации, при исполнении обязанностей, возложенных на них настоящим Кодексом, не вправе ссылаться на то, что они не являются индивидуальными предпринимателями

Этим и обусловлено то обстоятельство, что данный рабочий учебник начинается с рассмотрения проблем, связанных с развитием малого предпринимательства в России.

Малое предпринимательство – предпринимательская деятельность, осуществляемая определенными субъектами рыночной экономики, имеющими установленные законом критерии (показатели), констатирующие сущность этого понятия.

Для экономики в целом деятельность малых фирм является важнейшим фактором повышения ее гибкости. По уровню развития малого предпринимательства специалисты даже судят о способности страны приспособиваться к меняющейся экономической обстановке. Для России, находящейся на начальном этапе развития рыночных отношений, именно создание и развитие сектора малого предпринимательства должно стать основой социальной реструктуризации общества, обеспечивающей подготовку населения и переход всего хозяйства страны к рыночной экономике.

Несмотря на трудности и неудачи, малое предпринимательство развивается, набирает темпы роста, решая экономические, социальные, научно-технические и другие проблемы.

По роли развития экономики социальных задач малое предпринимательство России значительно уступает малому предпринимательству в таких развитых странах, как США, Япония, ФРГ, Франция и др.

Бизнес – самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Валовой внутренний продукт (ВВП) – один из обобщающих макроэкономических показателей, представляющий исчисленную в рыночных ценах стоимость произведенного страной в течение года конечного (готового) продукта.

Говоря о роли малого предпринимательства и опираясь на опыт развитых стран, можно сформулировать вывод о том, что поступательное развитие малого предпринимательства является важнейшим фактором успешного решения следующих проблем:

- формирования конкурентных цивилизованных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества в товарах (работах, услугах);
- расширения ассортимента и повышение качества товаров, работ, услуг. Стремясь к удовлетворению запросов потребителей, малые предприятия способствуют повышению качества товаров (работ, услуг) и культуры обслуживания;
- приближению производства товаров и услуг к конкретным потребителям;
- содействию структурной перестройке экономики. Малое предпринимательство придает экономике гибкость, мобильность, маневренность;
- привлечению личных средств населения для развития производства. Партнеры на малых предприятиях вкладывают свои капиталы в дело с большей заинтересованностью, чем на крупных;
- созданию дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;
- более эффективному использованию творческих способностей людей, раскрытию их талантов, освоению различных видов ремесел, народных промыслов;

– вовлечению в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся);

– формированию специального слоя собственников, владельцев предприятий (фирм, компаний);

– активизации научно-технического прогресса;

– освоению и использованию местных источников сырья и отходов крупных производств;

– содействию деятельности крупных предприятий путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки, создание вспомогательных и обслуживающих производств;

– освобождению государства от малорентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

Все эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики России.

Практика показывает, что технический прогресс, наиболее полное удовлетворение потребительского спроса сегодня во многом определяются эффективностью работы небольших предприятий. Высокие темпы внедрения нововведений, мобильность технологических изменений, острая ценовая и неценовая конкуренция, ведущая, с одной стороны, к снижению цен, а с другой, к тому, что потребитель получает продукцию и услуги высокого качества, возможность для государства получать большие средства в форме налоговых поступлений – все это и составляет вклад малых предприятий в экономику страны.

Тема 10. Управление расходами малого предприятия (микропредприятия).

Цель: Ознакомление с методами и управления расходами малого предприятия (микропредприятия).

План:

1. Понятие расходов на производство и реализацию продукции, сущность категории себестоимость. Классификация расходов на производство и реализации продукции.

2. Основные аспекты управления расходами на производство и реализацию продукции, себестоимостью продукции. Особенности анализа расходов на производство и реализацию продукции организации малого бизнеса. Методы калькулирования себестоимости малого предприятия.

Порядок формирования учетной политики затрат на малом предприятии

Учетная политика представляет собой совокупность способов ведения бухгалтерского учета затрат, выбранных организацией для использования. Методы установлены положениями по бухгалтерскому учету, и организация, в том числе малое предприятие, должна самостоятельно решить, какие из них она будет применять. Если для каких либо конкретных ситуаций способы ведения бухгалтерского учета затрат в законодательстве не установлены, организация может разработать их самостоятельно.

Учетная политика малого предприятия составляется главным бухгалтером и утверждается руководителем организации. Только, что созданная организация должна оформить учетную политику до сдачи первой бухгалтерской отчетности, но не позднее 90 дней со дня государственной регистрации предприятия. Следовательно, составить учетную политику нужно еще до регистрации предприятия, а утвердить в указанные сроки.

Согласно п. 16 ПБУ 1/98 вносить изменения в учетную политику можно в следующих случаях:

- когда изменилось законодательство Российской Федерации или нормативные документы по бухгалтерскому учету;

- когда организация разработала новые способы ведения бухгалтерского учета (более точные или менее трудоемкие; или в связи с изменениями в законодательстве);

- когда изменились условия деятельности организации (произошла реорганизация, смена собственников, изменились виды деятельности).

Если у малого предприятия возникли операции по учету затрат, схема учета которых не была установлена, то учетную политику следует дополнить. Все дополнения утверждаются приказом руководителя. Вносить их можно в течении всего года.

Учетной политикой определяются способы ведения бухгалтерского учёта затрат, которые существенно влияют на оценку и принятие решений пользователями бухгалтерской отчётности. К ним относится определение затрат от реализации продукции, товаров, работ или услуг и варианты ведения учёта этих затрат.

Учёт таких затрат можно осуществлять по-разному:

1. За видами продукции;
2. За элементами затрат (затраты на оплату труда, материалы, амортизация и т.п.);
3. В разрезе производственных или торговых отделов;

Основными задачами бухгалтерского учета затрат на малом предприятии являются:

1. Своевременное, полное и достоверное отражение в учете фактических затрат, связанных с производством и сбытом продукции, а также не производительных расходов и потерь, допускаемых на отдельных участках производства;

2. Контроль за эффективным использованием сырья, полуфабрикатов, материалов, топлива, энергии, фонда оплаты труда, за соблюдением смет расходов на обслуживание и управление производством.

3. Выявление результатов деятельности структурных подразделений предприятия по снижению себестоимости продукции

4. Выявление резервов снижения себестоимости продукции.

Сведения о затратах группируются на соответствующих счетах бухгалтерского учета. Так, расход материалов отражается на кредите сч.10 «Материалы» с указанием корреспондирующих с ним дебетуемых счетов, что и позволяет распределить расход материалов между хозяйственными процессами, а расходы на оплату труда – на кредите сч.70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» в разрезе корреспондирующих счетов.

Сумма отчислений в государственные социальные внебюджетные фонды показывается на счете 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению», а сумма амортизации основных средств на кредите сч.02 «Износ основных средств» распределяется между хозяйственными процессами по корреспондирующим счетам, сумма прочих расходов определяется по данным кредитовых оборотов счетов 50 «Касса», 51 «Расчетный счет», 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 71 «Расчеты с подотчетными лицами» и др.

Таким образом, система счетов бухгалтерского учета, разработанная в учетной политике малого предприятия обеспечивает учет затрат по экономическим элементам и их распределение между хозяйственными процессами. Однако, для контроля над составом затрат по местам их совершения и для исчисления себестоимости необходимо знать не только то, что затрачено в процессе производства, но и на какие цели (куда, на что) эти затраты произведены, т.е. учитывать затраты по направлениям, по их отношению к технологическому процессу.

Тема 11. Доходы и финансовые результаты деятельности организации малого бизнеса.

Цель: Ознакомление с доходами и финансовыми результатами деятельности организации малого бизнеса.

План:

1. Понятие доходов торговой организации и организации промышленности. Формирование финансовых результатов субъектов малого предпринимательства. Анализ доходов и финансовых результатов организации малого бизнеса. Экономическое обоснование торговых надбавок как важный элемент ценовой политики малого торгового предприятия.

2. Использование финансовых коэффициентов в анализе финансовых результатов деятельности малого предприятия (микропредприятия). Прогнозирование и планирование доходов и финансовых результатов малым предприятием (микропредприятием).

Учет доходов и расходов, связанных с обычными видами деятельности организации (продажа товаров, производство и продажа готовой продукции и т.д.), а также формирование финансового результата по этим видам деятельности осуществляется на счете 90 «Продажи».

Планом счетов бухгалтерского учета предусматривается детальное отражение доходов и расходов от обычных видов деятельности путем введения отдельных субсчетов к счету 90 «Продажи».

К счету 90 «Продажи» могут быть открыты субсчета:

90-1 «Выручка»;

90-2 «Себестоимость продаж»;

90-3 «Налог на добавленную стоимость»;

90-4 «Акцизы»;

90-9 «Прибыль/убыток от продаж».

На субсчете 90-1 «Выручка» учитываются поступления активов (денежных средств и/или иного имущества), признаваемые выручкой.

На субсчете 90-2 «Себестоимость продаж» учитывается себестоимость проданных товаров, продукции (работ, услуг), по которым на субсчете 90-1 «Выручка» признана выручка.

На субсчете 90-3 «Налог на добавленную стоимость» учитываются суммы налога на добавленную стоимость, причитающиеся к получению от покупателя (заказчика), в корреспонденции со счетом 68 «Расчеты по налогам и сборам» (субсчет «Расчеты по налогу на добавленную стоимость»).

На субсчете 90-4 «Акцизы» учитываются суммы акцизов, включенных в цену проданной продукции (товаров), - в корреспонденции со счетом 68 «Расчеты по налогам и сборам» (субсчет «Расчеты по акцизам»).

Организации-плательщики экспортных пошлин могут открывать к счету 90 «Продажи» субсчет 90-5 «Экспортные пошлины» для учета сумм экспортных пошлин.

Субсчет 90-9 «Прибыль/убыток от продаж» предназначен для выявления финансового результата (прибыль или убыток) от продаж за отчетный месяц.

Записи по субсчетам 90-1 «Выручка», 90-2 «Себестоимость продаж», 90-3 «Налог на добавленную стоимость», 90-4 «Акцизы» производятся накопительно в течение отчетного года.

Ежемесячно сопоставлением совокупного дебетового оборота по субсчетам 90-2 «Себестоимость продаж», 90-3 «Налог на добавленную стоимость», 90-4 «Акцизы» и кредитового оборота по субсчету 90-1 «Выручка» определяется финансовый результат (прибыль или убыток) от продаж за отчетный месяц. Этот финансовый результат ежемесячно (заключительными оборотами) списывается с субсчета 90-9 «Прибыль/убыток от продаж» на счет 99 «Прибыли и убытки». Таким образом, синтетический счет 90 «Продажи» сальдо на отчетную дату не имеет.

Аналитический учет по счету 90 «Продажи» ведется по каждому виду проданных товаров (продукции, работ, услуг и др.). Кроме того, аналитический учет по этому счету может вестись по регионам продаж и другим Исправлениям, необходимым для управления организацией.

Учет операционных и внереализационных доходов и расходов, а также формирование финансового результата по ним осуществляется на счете 91 «Прочие доходы и расходы».

Планом счетов бухгалтерского учета предусматривается раздельное отражение прочих доходов и расходов путем введения отдельных субсчетов по учету: прочих доходов - субсчет 91-1, прочих расходов - субсчет 91-2, сальдо прочих доходов и расходов - субсчет 91-9.

На субсчете 91-1 «Прочие доходы» учитываются поступления активов, признаваемые прочими доходами (за исключением чрезвычайных доходов).

На субсчете 91-2 «Прочие расходы» учитываются прочие расходы (за исключением чрезвычайных расходов).

Субсчет 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов» предназначен для выявления сальдо прочих доходов и расходов за отчетный месяц.

Субсчет 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов» аналогичен по своему назначению субсчету 90-9 «Прибыль/убыток от продаж».

Записи по субсчетам 91-1 «Прочие доходы» и 91-2 «Прочие расходы» производятся накопительно в течение отчетного года. Ежемесячно сопоставлением дебетового оборота по субсчету 91-2 «Прочие расходы» и кредитового оборота по субсчету 91-1 «Прочие доходы» определяется сальдо прочих доходов и расходов за отчетный месяц. Это сальдо ежемесячно (заключительными оборотами) списывается с субсчета 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов» на счет 99 «Прибыли и убытки».

По окончании отчетного года все субсчета, открытые к счету 91 «Прочие доходы и расходы» (кроме субсчета 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов»), закрываются внутренними записями на субсчет 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов».

По кредиту счета 91 «Прочие доходы и расходы» (субсчет 91-1 «Прочие доходы») в течение отчетного периода находят отражение:

- поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации - в корреспонденции со счетами учета расчетов или денежных средств (счета 51, 52, 76);

- поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности, - в корреспонденции со счетами учета расчетов или денежных средств (счета 51, 52, 76);

- поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций, а также проценты и иные доходы по ценным бумагам - в корреспонденции со счетами учета расчетов (счет 76);

- прибыль, полученная организацией по договору простого товарищества, - в корреспонденции со счетом 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» (субсчет 76-3 «Расчеты по причитающимся дивидендам и другим доходам»);

- поступления, связанные с продажей и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств в российской валюте, продукции, товаров - в корреспонденции со счетами учета расчетов или денежных средств (счета 51, 52, 62, 76);

- поступления от операций с тарой - в корреспонденции со счетами учета тары и расчетов;

- проценты, полученные (подлежащие получению) за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты за использование кредитной организацией денежных средств, находящихся на счете организации в этой кредитной организации, - в корреспонденции со счетами учета финансовых вложений или денежных средств (счета 51, 52, 58);

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров, полученные или признанные к получению, - в корреспонденции со счетами учета расчетов или денежных средств (счета 51, 76);

- поступления, связанные с безвозмездным получением активов, - в корреспонденции со счетом учета доходов будущих периодов (субсчет 98-2 «Безвозмездные поступления»);

- поступления в возмещение причиненных организации убытков - в корреспонденции со счетами учета расчетов (счета 62, 76);

- прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году, - в корреспонденции со счетами учета расчетов (счета 60, 76);

- суммы кредиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности, - в корреспонденции со счетами учета кредиторской задолженности (счета 60, 76);

- курсовые разницы - в корреспонденции со счетами учета денежных средств, финансовых вложений, расчетов и др. (счета 50, 52, 58, 62, 76);

- прочие доходы, признаваемые операционными или внереализационными.

По дебету счета 91 «Прочие доходы и расходы» (субсчет 91-2 «Прочие расходы») в течение отчетного периода находят отражение:

- расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации, прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности, а также расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций, - в корреспонденции со счетами учета затрат (счета 02, 05, 50, 51);

- остаточная стоимость активов, по которым начисляется амортизация, и фактическая себестоимость других активов, списываемых организацией, - в корреспонденции со счетами учета соответствующих активов (счета 01, 04, 10 и др.);

- расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств в российской валюте, товаров, продукции - в корреспонденции со счетами учета затрат (счета 60, 69, 70 и др.);

- расходы по операциям с тарой - в корреспонденции со счетами учета затрат;

- проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов), - в корреспонденции со счетами учета расчетов или денежных средств (счета 66, 67, 51, 52);

- расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями, - в корреспонденции со счетами учета расчетов (счет 76);

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров, уплаченные или признанные к уплате, - в корреспонденции со счетами учета расчетов или денежных средств (счета 51, 76);

- расходы на содержание производственных мощностей и объектов, находящихся на консервации, - в корреспонденции со счетами учета затрат (10, 60, 69, 70 и др.);

- возмещение причиненных организацией убытков - в корреспонденции со счетами учета расчетов (счет 76 и др.);

- убытки прошлых лет, признанные в отчетном году, - в корреспонденции со счетами учета расчетов, начислений амортизации и др.

- отчисления в резервы под обесценение вложений в ценные бумаги, под снижение стоимости материальных ценностей, по сомнительным долгам - в корреспонденции со счетами учета этих резервов (счета 14, 59, 63);

- суммы дебиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания, - в корреспонденции со счетами учета дебиторской задолженности (62, 76),

- курсовые разницы - в корреспонденции со счетами учета денежных средств, финансовых вложений, расчетов и др. (счета 50, 52, 58, 62, 76);

- расходы, связанные с рассмотрением дел в судах, - в корреспонденции со счетами учета расчетов и др. (счет 76);

- прочие расходы, признаваемые операционными или внереализационными.

При формировании финансового результата по счету 91 «Прочие доходы и расходы» также должны учитываться недостачи и потери от порчи ценностей сверх норм естественной убыли, при отсутствии виновных лиц и в случаях отказа суда во взыскании с виновных лиц ввиду необоснованности иска. Эти потери учитываются по дебету счета 91 «Прочие доходы и расходы» в корреспонденции со счетом 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей».

Аналитический учет по счету 91 «Прочие доходы и расходы» ведется по каждому виду прочих доходов и расходов. При этом построение аналитического учета по прочим доходам и расходам, относящимся к одной и той же финансовой, хозяйственной операции, должно обеспечивать возможность выявления финансового результата по каждой операции.

Учет чрезвычайных доходов и расходов осуществляется непосредственно на счете 99 «Прибыли и убытки».

В состав чрезвычайных доходов включаются поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т.п.): страховое возмещение, стоимость материальных ценностей, остающихся от списания непригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов, и т.п.

В составе чрезвычайных расходов отражаются расходы, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации имущества и *т.п.). По дебету счета 99 «Прибыли и убытки» отражаются чрезвычайные расходы (убытки и потери), а по кредиту - чрезвычайные доходы организации.

Чрезвычайные расходы и доходы отражаются по счету 99 «Прибыли и убытки» в корреспонденции со счетами учета материальных ценностей, расчетов с персоналом по оплате труда, денежных средств и т.п. (счета 01, 03, 07, 08, 10, 11, 20, 21, 41, 43, 50, 51, 52, 69, 70, 73 и др.).

Формирование финансового результата от чрезвычайных доходов и расходов осуществляется непосредственно на счете 99 «Прибыли и убытки» в виде разницы между чрезвычайными доходами и расходами.

Конечный финансовый результат от деятельности организации в отчетном периоде складывается из финансового результата от обычных видов деятельности, финансового результата от продажи основных средств и иного имущества, финансового результата от прочих доходов и расходов организации, включая чрезвычайные доходы и расходы.

Формирование конечного финансового результата от всех видов доходов и расходов организации осуществляется на счете 99 «Прибыли и убытки». В кредит (дебет) счета 99 «Прибыли и убытки» ежемесячно списываются финансовые результаты (прибыль или убыток), выявленные на счетах 90 «Продажи» и 91 «Прочие доходы и расходы», а также учитываются чрезвычайные доходы и расходы.

Таким образом, конечный финансовый результат складывается из финансового результата от обычных видов деятельности, а также прочих доходов и расходов, включая чрезвычайные.

По дебету счета 99 «Прибыли и убытки» отражаются все расходы, убытки и потери, а по кредиту все доходы организации. Учет всех видов доходов и расходов производится в течение всего отчетного года. Сопоставлением дебетового и кредитового оборотов за отчетный период по счету 99 «Прибыли и убытки» формируется конечный финансовый результат отчетного периода.

На счете 99 «Прибыли и убытки» в течение отчетного года также отражаются начисленные платежи налога на прибыль и платежи по перерасчетам по этому налогу из фактической прибыли, а также суммы причитающихся налоговых санкций - в корреспонденции со счетом 68 «Расчеты по налогам и сборам».

По окончании отчетного года при составлении годовой бухгалтерской отчетности счет 99 «Прибыли и убытки» закрывается.

При этом заключительной записью декабря сумма чистой прибыли (Избытка) отчетного года списывается со счета 99 «Прибыли и убытки» в кредит (дебет) счета 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

Реформация баланса

До составления и представления бухгалтерской отчетности каждая организация должна провести реформацию баланса, заключающаяся в совершении итоговых проводок, способствующих распределению всей полученной в течение отчетного года прибыли или списания полученного за отчетный год убытка. Эти проводки отражаются в учете по состоянию на 31 декабря отчетного года.

Итогом проведения реформации баланса является закрытие счетов учета финансовых результатов отчетного года.

В рамках реформации баланса счета 90 «Продажи» и 91 «Прочие доходы и расходы» подлежат закрытию путем оформления внутренних записей по субсчетам данных счетов.

Закрытие по окончании отчетного года всех субсчетов, открытых к счету 90 «Продажи» (кроме субсчета 90-9 «Прибыль/убыток от продаж»), осуществляется внутренними записями на субсчет 90-9 «Прибыль/убыток от продаж».

Закрытие по окончании отчетного года всех субсчетов, открытых к счету 91 «Прочие доходы и расходы» (кроме субсчета 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов»), осуществляется внутренними записями на субсчет 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов».

В рамках реформации баланса выявленный на счете 99 «Прибыли и убытки» итоговый результат деятельности организации подлежит зачислению на счет 84 «Нераспределенная при-

быль (непокрытый убыток)»: чистая прибыль организации по итогам отчетного года с дебета счета 99 в кредит счета 84; непокрытый убыток организации отчетного года с кредита счета 9 дебет счета 84.

Суммы нераспределенной прибыли отчетного года в первую направляются по итогам утверждения годовой бухгалтерской отчетности на выплату доходов учредителям (участникам) организации, а также на пополнение резервного капитала.

Для целей учета и распределения сумм нераспределенной прибыли отчетного года к счету 84 рекомендуется открывать отдельный субсчет, например субсчет 84-1 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) отчетного года».

На начало нового отчетного года сумма нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) закончившегося отчетного года в балансе отдельно не показывается. Эта сумма присоединяется к сумме нераспределенной прибыли прошлых лет или непокрытого убытка прошлых лет, учитываемых на отдельном субсчете, например, на субсчете 84-2 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) прошлых лет».

На формирование финансовых результатов определенное влияние оказывает правильный учет расходов будущих периодов.

Расходы будущих периодов - это затраты, произведенные организацией в предшествующем и/или отчетном периодах, но подлежащие включению в себестоимость продукции (работ, услуг) в последующие периоды деятельности организации.

К расходам будущих периодов, в частности, относятся расходы, связанные с:

- горно-подготовительными работами;
- подготовительными к производству работами в связи с их сезонным характером; освоением новых производств, установок и агрегатов; . - рекультивацией земель и осуществлением иных природоохранных мероприятий;
- неравномерно производимым в течение года ремонтом основных средств (когда организацией не создается соответствующий резерв или) и др.

К расходам будущих периодов также относятся:

- уплаченная авансом арендная плата по отдельным объектам основных средств;
- расходы по подписке на периодические издания для служебного пользования;
- расходы, связанные с рекламой продукции;
- расходы на приобретение лицензий и др.

Расходами будущих периодов могут быть признаны только уже потребленные услуги или работы.

Для учета расходов, произведенных в отчетном периоде, но подлежащих включению в себестоимость продукции в последующие периоды деятельности организации, используется счет 97 «Расходы будущих периодов». Данный счет является активным, отчетно-распределительным счетом.

Учет расходов будущих периодов отражается по дебету счета 97 кредиту счетов 10 «Материалы», 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» и др.

В зависимости от назначения расходы, учтенные на счете 97 «Расходы будущих периодов», ежемесячно списываются в доле, относящейся к отчетному месяцу, в дебет счетов по учету затрат на производство (счета 20, 23, 25, 26) и/или счета 44 «Расходы на продажу».

Расходы будущих периодов подлежат списанию в порядке, устанавливаемом организацией (равномерно по месяцам, пропорционально объему продукции и др.) в течение периода, к которому они относятся.

Избранный организацией порядок списания расходов будущих периодов должен быть отражен в учетной политике организации в качестве ее элемента.

Аналитический учет по счету 97 «Расходы будущих периодов» ведется по каждому виду расходов.

Не реже одного раза в год (обычно перед составлением годового отчета) должна проводиться инвентаризация расходов будущих периодов.

Инвентаризационная комиссия по документам устанавливает сумму, подлежащую отражению на счете расходов будущих периодов, и отнесению на затраты на производство и/или расходы на продажу (либо на соответствующие источники средств организации) в течение документально обоснованного срока в соответствии с разработанными в организации расчетами и учетной политикой.

Для учета результатов инвентаризации расходов будущих периодов применяется унифицированная форма № ИНВ-11 «Акт инвентаризации расходов будущих периодов».

Данная форма составляется в двух экземплярах ответственными лицами инвентаризационной комиссии на основании выявления по документам остатков сумм, числящихся на соответствующем счете, подписывается, и один экземпляр передается в бухгалтерию, второй - остается в комиссии. В акте отражается общая величина затрат (расходов), произведенных в данном отчетном периоде или не списанных до конца в предыдущих периодах, но относящихся к будущим отчетным периодам. Также указывается дата фактического произведения расходов в случае, если они являются единовременными (разовыми), или дата окончания работ, если они связаны с работами по освоению новой техники, производственными и другими работами, осуществляемыми в течение определенного периода времени.

При автоматизированной обработке данных по учету результатов инвентаризации расходов будущих периодов форма № ИНВ-11 формируется средствами вычислительной техники на бумажных и машинных носителях информации.

На формирование финансовых результатов определенное влияние оказывает правильный учет доходов будущих периодов.

Доходы будущих периодов - это средства, полученные (начисленные) в отчетном периоде, но относящиеся к будущим отчетным периодам (полученная авансом арендная плата, абонементная плата за пользование средствами связи, полученная от юридических и физических лиц, безвозмездно полученное имущество и др.).

К доходам будущих периодов также относятся: предстоящие поступления задолженности по недостачам, выявленным в отчетном периоде за прошлые годы, и разница между суммой, подлежащей взысканию с виновных лиц, и стоимостью ценностей, принятой к бухгалтерскому учету, при выявлении недостачи и порчи.

Доходы будущих периодов подлежат отнесению на финансовые результаты организации при наступлении периода, к которому они относятся.

Учет доходов будущих периодов ведется на пассивном счете 98 «Доходы будущих периодов».

По кредиту счета 98 «Доходы будущих периодов» в корреспонденции со счетами учета денежных средств или расчетов с дебиторами и кредиторами отражаются суммы доходов, относящихся к будущим отчетным периодам, а по дебету - суммы доходов, перечисленные на соответствующие счета при наступлении отчетного периода, к которому эти доходы относятся.

Тема 12. Особенности ценообразования на предприятиях малого бизнеса.

Цель: Ознакомление с особенностями ценообразования на предприятиях малого бизнеса

План:

1. Сущность и значение цены в рыночной экономике. Система и виды цен в Российской Федерации. Надбавки и скидки к ценам. Государственное регулирование цен.
2. Методы ценообразования на потребительские товары. Особенности ценообразования в организации малого бизнеса. Ценовая политика и ценовая стратегия малого предприятия (микропредприятия).

Способы ценообразования

Взаимосвязь понятий «цена» и «прибыль» очевидна. Чем больше цена, тем больше прибыль, чем меньше цена, тем меньше прибыль. С другой стороны, дешевый товар или услугу легче продать, и за тот же промежуток времени они будут продаваться в большем объеме, чем дорогие аналоги. Таким образом, важно установить взаимосвязь между ценой продукта и количеством продаваемых его единиц.

Существуют два основных способа установления цены на продукцию: исходя из издержек на производство и сбыт продукта и из возможностей рынка (покупательной способности). Первый способ называется ценообразование по издержкам, второй — ценообразование по спросу. Третьим, менее распространенным, но тоже важным способом является ценообразование, основанное на ценах на конкурентную продукцию.

Можно выделить несколько факторов, под воздействием которых находится непосредственно предприятие малого бизнеса при выборе способа ценообразования на свой товар:

фактор ценности — один из наиболее важных факторов. Каждый товар способен в определенной степени удовлетворить потребности покупателей. Для согласования цены и полезности товара можно: придать товару большую ценность, просветить покупателя посредством рекламы о ценности товара, скорректировать цену так, чтобы она отвечала настоящей ценности товара.

фактор затрат — затраты и прибыль составляют минимальную цену товара. Самый простой способ образования цены: при известных издержках и расходах прибавить приемлемую норму прибыли. Однако даже если цена только покрывает расходы, нет гарантии, что товар будет куплен. Именно поэтому некоторые предприятия становятся банкротами, рынок может оценить их товары ниже, чем стоят производство и продажа.

фактор конкуренции — конкуренция оказывает сильное влияние на ценовую политику. Можно спровоцировать всплеск конкуренции назначив высокую цену или устранить ее назначив минимальную. Если товар требует особого метода производства, или производство его очень сложное, то низкие цены не привлекут к нему конкурентов, но высокие цены подскажут конкурентам, чем им стоит заняться.

фактор стимулирования сбыта — в цену товара включается наценка, которая окупает мероприятия по стимулированию рынка. При выпуске товара на рынок, рекламе нужно перейти порог восприятия, прежде чем потребители узнают о товаре. Все средства, затраченные на стимулирование сбыта должны в дальнейшем окупаться за счет продаж товара.

фактор распределения — Распределение товара значительно влияет на его цену. Чем ближе товар к потребителю, тем дороже для предприятия его распределение. Если товар будет поступать напрямую к потребителю, то каждая сделка становится отдельной операцией, деньги, предназначенные поставщику, получает производитель, но и его издержки возрастают. Преимущество такого метода распределения заключается в полном контроле над продажами и маркетингом.

При продаже товара крупному розничному торговцу или оптовику, продажи исчисляются уже не единицами, а десятками, но контроль над продажами и маркетингом утрачивается.

Распределение товара является самым важным фактором в маркетинге после самого товара. При покупке, товар редко удовлетворяет запросы покупателей полностью. Поэтому они идут на уступки в качестве, весе, цвете, технических данных и т.п. более или менее охотно в зависимости от уровня цен, но даже если у данного продавца самые низкие цены на рынке, никакая реклама не может компенсировать отсутствие нужного товара в нужное время в нужном месте.

Найти компетентных дистрибьютеров, которые бы активно взялись за продажу товара, весьма дорогостоящее дело. Они захотят получить плату за хранение на складах и распределение товаров сразу после их продажи. Эта сумма должна входить в цену и не превышать аналогичных расходов конкурентов.

фактор общественного мнения — обычно у людей имеется некоторое представление о цене товара, независимо от того, является ли он потребительским или промышленным. Приобретая товар, они руководствуются некоторыми границами цен, или ценовым радиусом, определяющим, по какой цене они готовы купить товар.

Предприятие должно либо не выходить за границы этого радиуса в ценах на свой товар, либо оправдать почему цена на него выходит за них. Товар может превосходить существующие аналоги по каким-то качествам, и если такие преимущества воспринимаются покупателями положительно, то цену можно поднимать, если же преимущества данного товара не так очевидны, требуется прибегнуть к дополнительной рекламе.

фактор обслуживания — Обслуживание участвует в предпродажном, продажном и послепродажном этапах сделки. Расходы по обслуживанию должны входить в цену. В такие расходы входят: подготовка котировок, расчетов, установка оборудования, доставка товара, обучение персонала, предоставление гарантии или права оплаты в рассрочку.

Для многих товаров послепродажного обслуживания не требуется, но значительная группа товаров широкого потребления (типа продуктов и повседневных товаров) требует предпродажного обслуживания, например, помещения их на витрину или демонстрации качеств. Весь этот сервис должен окупаться через цену товара.

Тема 13. Комплексная оценка эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации малого бизнеса.

Цель: Ознакомление с комплексной оценкой эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации малого бизнеса.

План:

1. Системный подход к анализу хозяйственно-финансовой деятельности малого предприятия. Основные этапы системного комплексного анализа эффективности деятельности малого предприятия (микропредприятия).
2. Прогнозирование интегрального показателя эффективности функционирования организации малого бизнеса.

Финансовое состояние большинства российских предприятий в данное время является кризисным (либо близким к кризисному). Такая ситуация достаточно отрицательно сказывается на экономическом положении малых и средних предприятий в стране, в целом.

К примеру, у малых предприятий больше издержек производства. Объяснено это тем, что объем выпущенной продукции гораздо меньше, чем у других, более крупных производителей. Кроме этого, производственные мощности малого бизнеса также отстают. Кроме всего прочего, гораздо ниже и уровень научно-технического сопровождения предпринимательской деятельности, и зачастую ниже квалификация работников. Ведь очевидно и то, что далеко не все малые предприятия могут позволить себе нанять профессионалов высокого уровня. Также малый бизнес весомо проигрывает по уровню информационного и программного обеспечения, что сказывается на невозможности проведения маркетингового анализа своей деятельности, а также деятельности конкурентов, что снижает их финансовые показатели, в целом. И именно по причине вышесказанного, важным является своевременная оценка показателей финансовой деятельности предприятий малого бизнеса.

Так, при проведении анализа финансовой устойчивости предприятия, наибольшее внимание следует уделять внутренним факторам, которые зависимы от деятельности экономического субъекта. Несомненно, на финансовые результаты может влиять (и должно) само предприятие, которое ими управляет, и способно их своевременно изменять.

Следовательно, для определения влияния внутренних (и внешних факторов среды) необходимо рассчитывать экономические показатели. Финансовые показатели способны характеризовать состояние экономики, отдельных объектов, и протекают они посредством процессов в прошлом, настоящем и будущем периоде. Динамика этих показателей задается статистическим рядом и их следует рассчитывать в определенные периоды времени, где финансовые процессы и явления отражаются на состоянии микро – и макроэкономики, имея широкий резонанс.

Сегодня малый бизнес в российской рыночной экономике, как собственно, и любое другое предприятие при любых определенных обстоятельствах может оказаться в кризисном финансовом положении. И эти причины, как сказано выше, связаны как с влиянием внешней окружающей среды на деятельность предприятия, так и с внутренними недостатками управления производством. Достичь финансовой устойчивости и эффективности функционирования такие предприятия могут посредством их финансового оздоровления.

Проблема здесь в том, что неустойчивые финансовые обстоятельства неимоверно сильно способны затруднить развитие предприятия, что сильно снижает их платежеспособность, и что может привести к их банкротству.

Низкая финансовая устойчивость малых предприятий, особенно тех, кто только начинает свою деятельность, считается одной из важных причин их невысокой инвестиционной привлекательности, поскольку у инвесторов нет уверенности в надежности такого предприятия.

Показатели рентабельности более полно характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с потребленными ресурсами.

Наряду с таким утверждением, при финансовой оценке деятельности предприятия малого бизнеса следует проводить анализ основных показателей рентабельности:

1. Рентабельность производства следует определять как отношение валовой прибыли к производственной себестоимости производства продукции. Такой показатель способен отразить, сколько приходится валовой прибыли в расчете на единицу затрат на производство отдельной продукции.

2. Рентабельность продукции рассчитывается отношением прибыли от продаж к полной себестоимости и отражает эффективность совокупных затрат на производство и реализацию продукции.

3. Отношение прибыли от продаж к выручке является рентабельностью продаж, которая отражает эффективность торговой деятельности.

4. Для расчета рентабельности активов в отдельности внеоборотных, оборотных или в совокупности следует рассчитать как отношение прибыли до налогообложения к соответствующим активам. Это коэффициент показывает уровень прибыли предприятия, полученные с каждого рубля, вложенного в соответствующие активы, а также отражает эффективность использования имущества организации.

5. Для предпринимателя рентабельность собственных средств как отношение чистой прибыли к собственному капиталу выступает главным показателем эффективности его деятельности, т.к. показывает величину прибыли, полученной с каждого рубля, вложенного в организацию.

Итак, методы анализа финансовой деятельности предприятия малого бизнеса направлены на оценку показателей прибыли и рентабельности субъекта экономики, которые призваны создать экономическую заинтересованность в наиболее эффективном использовании финансовых ресурсов, поскольку именно это является основным источником производственного и социального развития предприятия любой сферы деятельности. Тем не менее, какой бы метод ни был избран предприятием для анализа и оценки финансовых показателей, немаловажным является то, что при получении прибыли необходимо грамотное распределение денежных средств в системе финансового распределения и планирования субъекта хозяйственной деятельности.

Тема 14. Управление финансовым состоянием малого предприятия.

Цель: Ознакомление с методами управления финансовым состоянием малого предприятия.

План:

1. Основные этапы анализа и оценки финансового состояния малого предприятия (микропредприятия).

2. Организация финансового планирования деятельности субъектов малого предпринимательства.

При управлении финансами на малом предприятии может возникнуть ряд факторов, способных повлиять на принимаемые решения:

- особенности структуры капитала;
- специфичная иерархия рисков;
- высокие кредитные проценты;
- отсутствие гарантий;
- попытки поглотить или распространить влияние над предприятием.

Отсюда видно, что для успешной работы любого малого предприятия необходима постановка финансового менеджмента.

Организация финансового менеджмента на предприятиях малого бизнеса связана с преодолением конкурентных преград на рынке и получением прибыли, что является достаточно важным фактором. Но для достижения целей финансового менеджмента необходимо дополнительно решить и ряд иных задач:

- оптимизировать денежные потоки;
- создать действенную систему планирования;
- проводить финансовый мониторинг и финансовый контроль;
- создать систему учета и отчетности полезной для внутренних и внешних пользователей.

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:

1. 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. Как правило, этот сотрудник не имеет специального финансового, а зачастую и экономического, образования и вырабатывает политику поведения на рынке исходя из приобретенного опыта работы в данной сфере, собственного предпринимательского чутья и факта наличия денежных средств на счете.

2. 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. Следовательно, финансовый менеджмент на малых предприятиях, в первую очередь, направлен на максимизацию прибыли, доходов владельцев, на достижение безубыточности производства.

3. На крупных предприятиях обычно разрабатывается финансовая политика или общая стратегия деятельности предприятия, включающая комплекс стратегических и тактических целей развития компании, на основе которых разрабатывается маркетинговая, ценовая, инвестиционная, кредитная и др. политика.

В небольших компаниях, как правило, отсутствуют документы, фиксирующие стратегические цели и тактические задачи развития данного предприятия. Малая фирма обычно создается по частной инициативе ее собственника для реализации его внутренних возможностей и вся деятельность компании подчинена его личным интересам.

4. 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.

Малые предприятия не могут привлечь дорогостоящего специалиста по вопросам налогообложения и поэтому используют, как правило, незаконные способы ухода от налогов: ведение двойной бухгалтерии, выписка фиктивных счетов и т.д.

5. Финансовый итог предпринимательства характеризуется в первую очередь прибылью, которую получает предприниматель. Чтобы ее получить, надо производить и продавать только то, что требуется рынку. Следовательно, для эффективного функционирования предприятию не обойтись без маркетинга, который представляет собой комплексную и целенаправленную деятельность в области производства и рынка, обеспечивающую удовлетворение потребностей как потребителей, так и производителя.

На малых предприятиях, как правило, не уделяется должного внимания маркетингу в силу отсутствия: понимания важности разработки маркетинговой политики и “лишних” денежных средств, необходимых для изучения рынка, покупателей, конкурентов или оплаты соответствующих специалистов.

Маркетинговая политика на малом предприятии обычно сводится к следующему: продавать тот товар (услугу), который пользуется спросом и до тех пор, пока он приносит прибыль. Другими словами, предприниматель при принятии маркетинговых решений основывается не на данных опросов и точных расчетах эффективности продажи того или иного продукта, а на собственном видении фактической ситуации на рынке, опыте и интуитивном восприятии событий.

В то же время следует отметить, что малые предприятия в этом смысле находятся в гораздо более выигрышном положении, нежели крупные: работают с узким кругом потребителей, лучше знают своих клиентов, имеют больше возможностей личного общения персонала с клиентами, быстрее реагируют на изменение потребностей и конъюнктуры рынка.

6. 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.)

В современных условиях хозяйствования малые предприятия в основном вынуждены ориентироваться на собственные средства, поскольку часто не могут получить доступ к кредитам без соответствующего залога, гарантий других юридических лиц или иного обеспечения. В свете этого разработка грамотного инвестиционного плана может оказаться едва ли не единственной возможностью привлечения инвестиций со стороны, способных дать толчок для финансово-хозяйственного развития предприятия.

Одним из инструментов инвестора при осуществлении им капиталовложений служит бизнес-план проекта, который призван дать возможность инвестору сделать комплексную оценку инвестиционного предложения и, в первую очередь, показать, что предлагаемый товар (продукция или услуга) является конкурентоспособным, что для него имеется долгосрочный платежеспособный спрос, что возможна реализация проекта в приемлемые сроки, а также что инвестирование проекта выгодно для инвестора. Грамотная же разработка самого проекта может для малого предприятия оказаться серьезной проблемой в силу отсутствия необходимых знаний и средств на оплату подобной работы.

7. 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. Изучение финансового положения должно дать руководству предприятия картину его действительного состояния, а лицам, заинтересованным в его финансовом состоянии, сведения, необходимые для беспристрастного суждения, например, о рациональности использования вложенных в предприятие дополнительных инвестиций и т.п.

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, включает ограниченный набор показателей и основывается на данных бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.

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.

В большинстве случаев управление финансами на малом предприятии из-за небольшой его численности осуществляется на уровне главного бухгалтера, который взаимодействует с руководством (администрацией, топ-менеджерами), а также с экономистами и юристами, если таковые имеются.

На данный момент существует три эффективных способа организации структуры управления финансами малого бизнеса:

1. Совмещение должностей (например, главный бухгалтер и финансовый директор в одном лице). В данной ситуации снижаются затраты на содержание финансовой службы, но ухудшается качество принимаемых решений;

2. Создание отдельного специального финансового отдела или финансовой должности (финансовый директор, финансовый менеджер). Это потребует больших затрат, так как специалисты высокого уровня в области финансов стоят дорого, а иметь малоопытного и неквалифицированного специалиста - себе дороже. Возможность эффективного создания такой структуры есть только у предприятий, входящих в структуру объединения предприятий;

3) передача финансового управления в специализированную организацию, так называемый аутсорсинг или субподряд. На данный момент одним из популярных видов аутсорсинга является ведение бухгалтерского учета специализированной организацией. Положительные стороны аутсорсинга - высокое качество принимаемых решений; отрицательные стороны - отсутствие на российском рынке широкого выбора аутсорсинговых организаций, высокие цены на их услуги (хотя они могут и окупаться), отсутствие уверенности в том, что ваша компания не будет специально ослаблена и поглощена.

Но в любом случае финансовый специалист малого предприятия должен выполнять следующие функции:

- формировать и реализовывать финансовую стратегию и политику предприятия;
- организовывать управленческий учет, оптимизировать затраты;
- постоянно проводить финансовый и управленческий анализ;
- осуществлять финансовое планирование (формировать оперативные планы, бюджеты и участвовать в подготовке бизнес-планов);
- реализовывать мероприятия по обеспечению ликвидности и устойчивости предприятия;
- оптимизировать и управлять составом активов и пассивов, скоростью оборота и порядком их возникновения и погашения;
- проводить поиск эффективных способов финансирования бизнеса;
- разрабатывать мероприятия по увеличению прибыли, капитализации, рентабельности, снижению уровня налогообложения и затрат;
- организовывать мероприятия по контролю за сохранностью финансовых ресурсов;
- оптимизировать и разрабатывать финансовые схемы по реализации продукции, осуществлению платежей;
- участвовать в мероприятиях по риск-менеджменту;
- консультировать вышестоящее руководство и сотрудников по финансовым вопросам.

2. Методические рекомендации к практическим занятиям

Практические занятия являются одним из видов занятий при изучении курса дисциплины и включают самостоятельную подготовку студентов по заранее предложенному плану темы, конспектирование предложенной литературы, составление схем, таблиц, работу со словарями, учебными пособиями, первоисточниками, написание эссе, подготовку докладов, решение задач и проблемных ситуаций.

Целью практических занятий является закрепление, расширение, углубление теоретических знаний, полученных на лекциях и в ходе самостоятельной работы, развитие познавательных способностей.

Задачей практического занятия является формирование у студентов навыков самостоятельного мышления и публичного выступления при изучении темы, умения обобщать и анализировать фактический материал, сравнивать различные точки зрения, определять и аргументировать собственную позицию. Основой этого вида занятий является изучение первоисточников, повторение теоретического материала, решение проблемно-поисковых вопросов. В процессе подготовки к практическим занятиям студент учится:

1) самостоятельно работать с научной, учебной литературой, научными изданиями, справочниками;

2) находить, отбирать и обобщать, анализировать информацию;

3) выступать перед аудиторией;

4) рационально усваивать категориальный аппарат.

Самоподготовка к практическим занятиям включает такие виды деятельности как:

1) самостоятельная проработка конспекта лекции, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы;

2) конспектирование обязательной литературы; работа с первоисточниками (является основой для обмена мнениями, выявления непонятого);

3) выступления с докладами (работа над эссе и домашними заданиями и их защита);

4) подготовка к опросам и контрольным работам и экзамену.

Собранные сведения, источники по определенной теме могут служить основой для выступления с докладом на занятиях по дисциплине.

Доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает сущность исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Различают устный и письменный доклад (по содержанию, близкий к реферату). Выступление с докладом выявляет умение работать с литературой; способность раскрыть сущность поставленной проблемы одногруппникам, ее актуальность; общую подготовку в рамках дисциплины.

Для того чтобы проверить, правильно ли определены ориентиры работы над докладом, студент должен ответить на следующие вопросы:

тема → как это назвать?

проблема → что надо изучить из того, что ранее не было изучено?

актуальность → почему данную проблему нужно в настоящее время изучать?

объект исследования → что рассматривается?

предмет исследования → как рассматривается объект, какие новые отношения, свойства, аспекты, функции раскрывает данное исследование?

цель → какой результат, работающий над темой, намерен получить, каким он его видит?

задачи → что нужно сделать, чтобы цель была достигнута?

гипотеза и защищаемые положения → что не очевидно в объекте, что докладчик видит в нем такого, чего не замечают другие?

Отличительной чертой доклада является научный стиль речи. Основная цель научного стиля речи – сообщение объективной информации, доказательство истинности научного знания.

Этапы работы над докладом:

подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата, рекомендуется использовать не менее 4–10 источников);

составление библиографии;

обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений;

разработка плана доклада;

написание;

публичное выступление с результатами исследования.

Общая структура такого доклада может быть следующей:

- 1) формулировка темы выступления;
 - 2) актуальность темы (чем интересно направление исследований, в чем заключается его важность, какие ученые работали в этой области, каким вопросам уделялось недостаточное внимание в данной теме, почему выбрана именно эта тема для изучения);
 - 3) цель работы (в общих чертах соответствует формулировке темы выступления и может уточнять ее);
 - 4) задачи исследования (конкретизируют цель работы, «раскладывая» ее на составляющие);
 - 5) методика проведения сбора материала (подробное описание всех действий, связанных с получением результатов);
 - 6) результаты. Краткое изложение новой информации, которую получил докладчик в процессе изучения темы. При изложении результатов желательно давать четкое и немногословное истолкование новым мыслям. Желательно продемонстрировать иллюстрированные книги, копии иллюстраций, схемы;
 - 7) выводы. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции. В заключении выводы должны быть пронумерованы, обычно их не более четырех.
- При подготовке к сообщению (выступлению на занятии по какой-либо проблеме) необходимо самостоятельно подобрать литературу, важно использовать и рекомендуемую литературу, внимательно прочитать ее, обратив внимание на ключевые слова, выписав основные понятия, их определения, характеристики тех или иных явлений культуры. Следует самостоятельно составить план своего выступления, а при необходимости и записать весь текст доклада.
- Если конспект будущего выступления оказывается слишком объемным, материала слишком много и сокращение его, казалось бы, невозможно, то необходимо, тренируясь, пересказать в устной форме отобранный материал. Неоценимую помощь в работе над докладом оказывают написанные на отдельных листах бумаги записи краткого плана ответа, а также записи имен, дат, названий, которыми можно воспользоваться во время выступления. В то же время недопустимым является безотрывное чтение текста доклада, поэтому необходимо к нему тщательно готовиться. В конце выступления обычно подводят итог, делают выводы.
- Рекомендуемое время для выступления с сообщением на практическом занятии составляет 7-10 минут. Поэтому при подготовке доклада из текста работы отбирается самое главное.

Тема 1. Особенности экономического анализа экономических ресурсов малого предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Основные классификационные признаки видов анализа хозяйственной деятельности.
2. Виды анализа по основным признакам системы управления хозяйственной деятельностью: циклам управления, объектам системы управления во взаимосвязи с ее экономическим элементом, уровням управления.
3. Другие виды анализа хозяйственной деятельности в зависимости от общественного разделения труда, времени и пространства совершаемых хозяйственных процессов, применяемых методов, целей и задач.

Задание 1. Установите соответствие.

Изучить типологию видов экономического анализа в соответствии с классификационными признаками. Научиться ориентироваться в выборе отдельных видов анализа хозяйственной деятельности для достижения поставленной цели и задач анализа

Соответствие видов анализа по: Субъектам анализа Методике изучения предмета	а) качественный б) внешний в) количественный г) внутренний
Соответствие приемов экономического анализа методам: Статистические Математические	а) детерминированный факторный б) структурный в) абсолютный разниц г) кластерный анализ

Соответствие видов анализа по признакам: Временному Функциональному	а) финансовый б) перспективный в) производственный г) текущий
---	--

Задание 2. Отметьте правильный ответ.

- 1) Какие виды экономического анализа выделяют по признаку времени:
 - а) предварительный, оперативный
 - б) перспективный, ретроспективный
 - в) предплановый, контрольный
 - г) нет верных ответов
 - д) все ответы верны
- 2) Какие виды экономического анализа выделяют по отраслевому признаку:
 - а) промышленности и сельского хозяйства
 - б) транспорта и торговли
 - в) отраслевой и межотраслевой
 - г) нет верных ответов
 - д) все ответы верны
- 3) Какие виды экономического анализа выделяет по методике исследования объектов:
 - а) сравнительный, многофакторный
 - б) сравнительный, стохастический
 - в) факторный анализ, экспресс-анализ, фундаментальный анализ, ситуационный анализ, маржинальный анализ, экономико-математический анализ
 - г) нет верных ответов
 - д) все ответы верны
- 4) Какие виды экономического анализа выделяют по объектам управления
 - а) социально-экономический, финансово-экономический
 - б) социально-экономический, технико-экономический
 - в) финансовый, технико-экономический, социально-экономический, экономико-статистический, экономико-экологический, маркетинговый, инвестиционный, функционально-стоимостный
 - г) нет верных ответов
 - д) все ответы верны
- 5) какие виды экономического анализа выделяют по степени охвата изучаемых объектов:
 - а) сплошной, комплексный
 - б) сплошной, выборочный
 - в) комплексный, тематический
 - г) нет верных ответов
 - д) все ответы верны
- 6) Какие виды экономического анализа выделяют по субъектам анализа
 - а) внешний, комплексный
 - б) внутренний, выборочный
 - в) внутренний (управленческий) и внешний анализ
 - г) нет верных ответов
 - д) все ответы верны
- 7) вид анализа, проводимый до осуществления хозяйственных операций:
 - а) перспективный;
 - б) ретроспективный;
 - в) управленческий.
- 8) вид анализа, методика которого учитывает специфику отдельных отраслей экономики:
 - а) межотраслевой;
 - б) общегосударственный;
 - в) отраслевой;
 - г) региональный.

- 9) перспективный анализ – это:
а) предварительный анализ;
б) последующий анализ.
10) Вид анализа, изучающий деятельность организации всесторонне:
а) системный;
б) объективный;
в) комплексный.

Тема 2. Стратегическая модель управления объемными показателями деятельности малого предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие стратегического управления, основные этапы развития.
2. Основные компоненты стратегического управления.
3. Соотношение понятий стратегического и оперативного управления.
4. Преимущества стратегического подхода к управлению.
5. Модель стратегического состояния организации.
6. Проанализируйте предпосылки развития стратегического управления в России.

Задание 1. Стратегические хозяйственные центры

Дополните предложения.

Производственные подразделения объединяются в стратегические хозяйственные центры по следующим признакам:

- общность...;
- однотипность...;
- полнота...;
- наличие сопоставимых...

Задание 2. Развитие организации

Выберите организацию из указанного списка. Проведите анализ по указанному плану и подготовьте доклад на тему «Возможности и пути развитияна ближайшие три года».

Организация:

коммерческий банк, имеющий генеральную лицензию Банка России на совершение валютных операций;

санаторий (местный);

туристическое агентство;

завод по производству телевизоров;

услуги (любые);

продуктовый магазин;

магазин «Мода».

План анализа:

стратегия, миссия, цели и задачи;

внешняя среда косвенного воздействия;

внешняя среда прямого воздействия;

внутренняя среда;

взаимосвязь факторов внешней и внутренней среды;

взаимосвязь между целями и ресурсами (материалы технологии, люди, финансы, информация).

Задание 3. Система бирж «Алиса»

Обсуждение ситуации

Декларация независимости государства «Алиса» провозглашена на июньском (2001) «Большом совете президентов». Согласно Единому положению о системе «Алиса» будут созданы единые институты «государства»: кредитно-ипотечный банк, страховой фонд, службы нало-

гового планирования, маркетинга, рекламы, безопасности и лоббирования. В положение включены пункты о взаимном зачете платежей между членами системы (как расчетные единицы будут использоваться собственные деньги — «алиски») и о мобилизации средств ее участников для финансирования проектов, признанных наиболее перспективными, с последующим долевым участием в прибыли. Помимо основного положения разрабатываются конкретизирующие его документы о едином юридическом, коммерческом, производственном, финансовом и информационном пространстве системы, а также о единой политике в области «public relations». По оценкам экспертов необходимость перестройки «Алисы» связана с существенными финансовыми затруднениями, возникшими главным образом в результате стагнации торговых операций, дефицита свободных денежных средств и осложнения в платежных отношениях в рамках СНГ, повлиявших на взаимодействие между подразделениями системы, оказавшимися в разных государствах Содружества.

Несмотря на масштабность заявления, речь идет всего лишь о структурной — хотя и достаточно серьезной — перестройке в направлении консолидации и централизации системы, «цементирования» ее организационного строения.

Вопросы для анализа ситуации

1. Определите, на основе представленной ситуации, какие стратегические решения были приняты?
2. Создание какого стратегического образа преследовала перестройка «Алисы»?
3. Если судить по приведенной выше информации, какие факторы внешней среды прямого воздействия стали причиной затруднений в деятельности системы бирж «Алиса»?
4. Опишите взаимосвязь факторов внешней среды прямого и косвенного воздействия и их влияние на организацию.
5. Какую стратегию выработало руководство системы бирж? Насколько она соответствовала быстро меняющимся условиям внешней среды?
6. Какова результативность и эффективность предпринятой стратегии? Можно ли ее считать фактором развала мощной системы бирж?
7. Какие проблемы, присущие непосредственно данной стратегии, могут привести к неполучению синергического эффекта?
8. Достаточно ли будет на практике, как отмечено в примере, ограничиться стратегическими изменениями, касающимися только структурной перестройки, для успешной реализации выбранной стратегической линии развития?

Тема 3. Прогнозирование объемных показателей деятельности малого предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ объема и структуры товарооборота
2. Анализ ассортимента

В таблице представлены данные результатов обследования работы обувных магазинов района за апрель отчетного и базисного года:

Показатели	Базисный год	Отчетный год
Розничный товарооборот в сопоставимых ценах, млн. руб.	6,6	7,7
Число посетителей, тыс. чел.	18	15
Число покупателей, тыс. чел.	12	11
Торговая площадь, кв. м	7815	8065
Число магазинов	25	23

Определите:

- 1) за каждый период: а) средний размер одной покупки; б) коэффициент завершенности покупок;
- 2) абсолютный прирост розничного товарооборота в целом по торгу за счет среднего размера покупок и числа покупок.

Сделайте выводы.

Сделайте выводы, если в прошедшем периоде фактический показатель ассортиментности был равен 0,724.

Оцените полученные результаты.

	Объем выпуска продукции, тыс. руб.	
	план	факт
Продукт 1	34487	33180
Продукт 2	56090	58764
Продукт 3	21974	28921
Продукт 4	15004	10453
Продукт 5	25754	31834

Розничный товароборот по месяцам, тыс. руб.:

Месяц	Прошлый год	Отчетный год	
		План	Факт
январь	4901	5020	5032
февраль	4818	4920	4936
март	5361	5530	5547
апрель	5084	5350	5359
май	5086	5350	5432
июнь	5237	5400	5551
июль	5303	5670	5637
август	5144	5500	5503
сентябрь	5019	5380	5235
октябрь	5335	5600	5621
ноябрь	5316	5730	5416
декабрь	5570	6100	6174
Всего за год	62174	65550	65443

На основании приведенных данных определить:

1. Процент выполнения плана и темпы роста товарооборота по месяцам и в целом за год.
2. Отклонение объема товарооборота от плана и прошлого года по месяцам и в целом за год.
3. Удельные веса товарооборота по месяцам, в итоге за год за прошлый год и отчетный по плану и фактический.
4. Среднее квадратическое отклонение, коэффициент вариации и коэффициент равномерности выполнения плана товарооборота в отчетном году.

Построить график равномерности выполнения плана товарооборота по месяцам отчетного года. Составить аналитическую таблицу и проанализировать исчисленные показатели.

Тема 4. Управление продажами малого предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинговые стратегии и управление продажами малого предприятия. Их отличия от крупных предприятий
2. Конкурентные преимущества малого предприятия
3. Особенности стратегии продаж малого предприятия. Методы стимулирования продвижения товаров и услуг.
4. Виды маркетинговой информации, доступные для малого бизнеса.
5. Методы продвижения продукции малого предприятия
6. Выбор месторасположения малого предприятия: основные требования по видам деятельности.

Тема 5. Стратегическая модель управления расходами малого предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Охарактеризуйте понятия «издержки», «затраты», «расходы». Укажите различия между ними.
2. Дайте классификацию расходов.
3. Назовите основные классификационные признаки затрат. В чем состоят причины множественности этих признаков?
4. Каковы особенности применения классификации затрат по экономическим элементам и калькуляционным статьям себестоимости?
5. Назовите статьи сметы затрат на производство и реализацию продукции.
6. В чем заключается различие между переменными и постоянными затратами? Приведите примеры.
7. В чем заключается различие между прямыми и косвенными затратами? Приведите примеры.

Методические рекомендации: для более глубокого освоения темы студент должен знать: характеристику затрат организации. Классификацию расходов организации. Понятие себестоимости продукции. Источники финансирования затрат на производство и реализацию продукции. Планирование себестоимости. Классификация расходов в целях планирования - переменные и постоянные расходы. Влияние выбора метода калькулирования себестоимости на величину затрат.

Задание 1. В цехе предприятия было изготовлено 2000 изделий А, 1800 изделий Б и 1200 изделий В. Основная заработная плата за изготовление 1 изделия А - 50 руб., 1 изделия Б - 64 руб. и 1 изделия В - 35 руб.

Определите величину цеховых расходов, подлежащих включению в себестоимость каждой детали, если их общая сумма составляет 250 тыс. руб.

Задание 2. Цеховые расходы предприятия запланированы в сумме 800 тыс. руб., а фактически составили 748 тыс. руб. По плану предусматривалось выпустить продукции 4000 т, а фактически выпущено 4080 т. Определите экономический эффект от снижения себестоимости.

Задание 3. Затраты предприятия на 1 руб. товарной продукции планировались за год в размере 93,2 коп. Фактически предприятие выпустило товарной продукции на сумму 7800 тыс. руб., фактическая себестоимость выпущенной продукции - 7137 тыс. руб. Определите фактические затраты на 1 руб. товарной продукции и экономию на весь товарный выпуск продукции.

Задание 4. По приведенным данным определить величину переменных и постоянных затрат.

1. Расходы материалов для нужд управления 1000 р.
2. Затраты на оплату труда производственных рабочих 20000 р.
3. Амортизация оборудования цеха 2000 р.
4. Амортизация здания цеха 1000 р.
5. Затраты на сырье и материалы для производства продукции. 15000 р.
6. Дополнительная заработная плата производственных рабочих 10000 р.
7. Отчисления на соц. нужды (ЕСН 26%)
8. Расходы на канцелярские товары для бухгалтерии 1500 р.
9. Зарботная плата начальника цеха 2000 р.
10. Прочие управленческие расходы.

Задание 5. Составьте смету затрат на производство и реализацию продукции предприятия на 2013 год, на год и 4 квартал, если:

Материальные затраты (за вычетом стоимости возвратных отходов) В том числе: сырье и материалы природное сырье топливо энергия

Затраты на оплату труда

Отчисления на социальные нужды В том числе: пенсионный фонд медицинское страхование социальное страхование социальное страхование (от несчастных случаев и профзаболеваний)

Амортизация основных фондов

- Прочие затраты
 Затраты списанные на непроизводственные счета
 Прирост остатков расходов будущих периодов
 Прирост остатка незавершенного производства
 Внепроизводственные расходы
 Найти:
 1. общий объем затрат на производство продукции
 2. производственную себестоимость товарной продукции
 3. полную себестоимость.
 Здание 6.

На основе данных таблицы проанализируйте структуру затрат по ее элементам. Сделать вывод.

Элементы затрат	Предыдущий год		Отчетный год		отклонение	
	Сумма, тыс. руб.	Уд. Вес %	Сумма, тыс. руб.	Уд. Вес %	+;-	%
Материальные затраты	9563		9732			
Затраты на оплату труда	3421		3309			
Отчисления на соц. нужды	710		685			
Амортизация основных фондов	363		390			
Прочие расходы	215		205			
Итого						

Проанализируйте динамику расходов на обслуживание и управление производством предприятия. Сделать вывод.

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонение	
			+;-	%
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	1320	1345		
Цеховые расходы	518	524		
Общезаводские расходы	620	643		
Стоимость продукции	15187	16025		
Затраты на 1руб.: -расходов на содержание и эксплуатацию оборудования - цеховых расходов - общезаводских расходов				
Всего расходов на обслуживание и управление				
Всего расходов на обслуживание и управление на 1 руб. продукции				

Тема 6. Стратегическая модель управления финансовыми результатами деятельности малого предприятия

1. Сущность и классификация финансовых кризисов компании.
2. Задачи и содержание процесса антикризисного финансового управления.
3. Банкротство компаний и их финансовая реструктуризация.
4. Слияния, поглощения и выделения, разделения компаний.
5. Эффект синергии (операционный, управленческий, финансовый).

Тема 7. Ценовая политика малого предприятия в условиях жесткой конкуренции

Вопросы для обсуждения:

1. Этапы разработки ценовой стратегии. Стратегический анализ.
2. Этапы разработки ценовой стратегии. Формирование стратегии.
3. Стратегия ценового прорыва.
4. Стратегия премиального ценообразования.
5. Нейтральная стратегия ценообразования.
6. Стратегия скорейшего возврата средств
7. Виды производства и реализации продукции;
8. Анализ производства продукции в целом и по ассортименту и делать вывод.

Методические указания: для определения уровня производства и реализации продукции необходимо рассчитать удельный вес каждого показателя в общей их сумме.

Для того чтобы определить темп роста объема производства и реализации продукции рассчитывают абсолютное и относительное отклонение, делают вывод.

Определить выполнение плана и динамику по экспортным поставкам. Определить удельный вес экспортных поставок в общем объеме продукции (работ, услуг.). Дать оценку экспортным поставкам.

Продукция	По плану	Уд. вес, %	Фактически	Уд. вес, %	Отклонение, (+,-)	Темп роста, %
Гидранты пожарные	689		809			
Установки КУ – 200	20		25			
Решетки дробильные	90		91			
Решетки механические	20		15			
Машина РВМ – 3	60		67			
Итого						

На основе данных таблицы определить объем производства и реализации продукции, темп роста, сделать вывод.

Показатели	Объем производства	Уд. вес, %	Объем реализации	Уд. вес, %	Отклонение	
					Абсолютное	Относительное
А	20240		24240			
Б	20090		18390			
В	20360		17550			
Г	20150		23400			
Д	22430		23600			
Итого						

Определить выполнение плана и динамику по экспортным поставкам. Определить удельный вес экспортных поставок в общем объеме продукции (работ, услуг.). Дать оценку экспортным поставкам.

Продукция	По плану	Уд. вес, %	Фактически	Уд. вес, %	Отклонение, (+,-)	Темп роста, %
Гидранты пожарные	682		701			
Установки КУ – 200	22		27			

Решетки дробильные	87		93			
Решетки механические	24		17			
Машина РВМ – 3	72		69			
Итого						

На основе данных таблицы определить объем производства и реализации продукции, темп роста, сделать вывод.

Показатели	Объем производства	Уд. вес, %	Объем реализации	Уд. вес, %	Отклонение	
					Абсолютное	Относительное
А	34540		32110			
Б	38020		39710			
В	35120		35250			
Г	20870		22770			
Д	33560		34140			
Итого						

Тема 8. Комплексный экономический анализ эффективности финансово-хозяйственной деятельности малого предприятия (круглый стол)

1. Комплексный анализ как база комплексной оценки эффективности бизнеса.
2. Методика комплексной оценки эффективности хозяйственной деятельности.
3. Методы сравнительной рейтинговой оценки финансового состояния коммерческих организаций.

Тема 9. Особенности комплексного анализа основных экономических показателей малого предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Виды прибыли и источники их финансирования;
2. Анализ финансовых результатов.

На основе имеющихся данных определите недостающие показатели и дайте оценку эффективности их использования. Сделать вывод.

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонение (+;-)
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	18700	20340	
Объем реализации продукции, тыс. руб.	115600	108380	
Среднегодовая стоимость производственных фондов, тыс. руб.	60500	70000	
Рентабельность реализации, %			
Общая рентабельность фондов, %			

На основе данных таблицы проанализируйте состав и динамику выполнения плана прибыли за отчетный год. Сделать вывод.

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонение	
			(+;-)	(%)
Прибыль от реализации продукции	12250	15477		
Прочие операционные доходы	2850	3250		
Прочие операционные расходы	650	900		
Внереализационные доходы	1500	1883		
Внереализационные расходы	1200	1450		
Общая сумма прибыли				

Налог на прибыль				
Чистая прибыль				
Использовано прибыли	5300	5370		
Нераспределенная прибыль				

На основе имеющихся данных определите недостающие показатели и дайте оценку эффективности их использования. Сделать вывод.

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонение (+;-)
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	19200	21230	
Объем реализации продукции, тыс. руб.	106500	113380	
Среднегодовая стоимость производственных фондов, тыс. руб.	62200	71300	
Рентабельность реализации, %			
Общая рентабельность фондов, %			

На основе данных таблицы проанализируйте состав и динамику выполнения плана прибыли за отчетный год. Сделать вывод.

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонение	
			(+;-)	(%)
Прибыль от реализации продукции	18597	19254		
Прочие операционные доходы	3860	4210		
Прочие операционные расходы	1060	920		
Внереализационные доходы	2233	2144		
Внереализационные расходы	1380	1240		
Общая сумма прибыли				
Налог на прибыль				
Чистая прибыль				
Использовано прибыли	7460	6140		
Нераспределенная прибыль				

Тема 10. Стратегическая модель управления финансовым состоянием малого предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ финансового состояния;
2. Показатели, характеризующие платежеспособность предприятия.

Методические указания: на основе данных бухгалтерского баланса Ф № 1 заполнить недостающие показатели.

На основе данных баланса определить: коэффициенты ликвидности; платежеспособности организации. Сделать вывод.

Статьи актива	Вариант 1	Вариант 2
	Тыс. руб.	Тыс. руб.
Основные средства	1280	1360
Незавершенное строительство	73	-
Долгосрочные финансовые вложения	530	678
Итого по разделу 1		
Запасы	23866	28820
Налог на добавленную стоимость	5239	6329
Дебиторская задолженность	1800	1770
Краткосрочные финансовые вложения	-	400
Денежные средства	2100	2370

Итого по разделу 2		
Баланс		

Статьи пассива	Тыс. руб.	Тыс. руб.
Уставный капитал	21000	21000
Добавочный капитал	1000	1000
Резервный капитал	100	100
Нераспределенная прибыль	10454	15272
Итого по разделу 3		
Долгосрочные кредиты и займы	300	250
Итого по разделу 4		
Краткосрочные займы и кредиты	600	2565
Кредиторская задолженность	1434	1540
Итого по разделу 5		
Баланс		

Группировка статей актива баланса по степени ликвидности.

Наименование группы активов.	Содержание
A1 – наиболее ликвидные активы.	денежные средства и краткосрочные финансовые вложения
A2 – быстро реализуемые активы.	долгосрочная дебиторская задолженность + краткосрочная кредиторская задолженность + прочие оборотные активы
A3 – медленно реализуемые активы.	запасы + НДС
A4 – трудно реализуемые активы.	итог по 1 разделу актива

Группировка статей пассива баланса по степени срочности обязательств.

Наименование группы пассивов.	Содержание
П1 – наиболее срочные пассивы.	краткосрочная кредиторская задолженность
П2 – краткосрочные обязательства.	краткосрочные кредиты и займы + задолженность перед участниками по выплате доходов + прочие краткосрочные обязательства
П3 – долгосрочные обязательства.	итог 4 раздела баланса
П4 – постоянные пассивы.	итог 3 раздела баланса

Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости предприятия

Наименование показателя	На начало года (тыс. руб.)	На конец года (тыс. руб.)	Отклонения абсолютные (+;-)
1. Собственный капитал	78390	79700	+1310
2. Внеоборотные средства	111160	112460	+1300
3. Собственный оборотный капитал(1-2)	-32770	-32760	+10
4. Долгосрочные кредиты и займы	650	700	+150
5. Собственный оборотный и долгосрочный заемный капитал (3+4)	-33420	-33460	-40
6. Краткосрочные кредиты и займы	87960	86600	-1360
7. Общая величина источников средств для формирования запасов (5+6)	54540	53140	-1400
8. Общая величина запасов	25530	26040	+510
9. Излишек(недостаток) собственных оборотных капиталов (П1) (3-8)	-58300	-58800	-500
10. Излишек (недостаток) собственный оборот и долгосрочный капитал (П2) (5-8)	-58950	-59500	-550

11. Излишек (недостаток) общей величины источников средств (ПЗ) (7-8)	29010	27100	-1910
12. Тип финансовой устойчивости	M=0,0,1	M=0,0,1	-

Данные показатели трансформируются в трех факторную модель $M = \Pi_1, \Pi_2, \Pi_3$, в которой при положительной величине, показателю дается значение «1», а при отрицательной «0». Модель дает четыре типа финансовой устойчивости:

- ✓ $M=1,1,1$ – это абсолютная финансовая устойчивость;
- ✓ $M=0,1,1$ – это нормальная финансовая устойчивость;
- ✓ $M=0,0,1$ – это не устойчивое финансовое состояние при возможности восстановления платежеспособности;
- ✓ $M=0,0,0$ – это кризисное, критическое, финансовое состояние.

Анализ относительных показателей финансовой устойчивости предприятия

Наименование показателей	Методика расчета	Нормативное значение	На начало года	На конец года	Отклонение (+/-)
1. Коэффициент автономии (финансовой независимости)	$\frac{\text{собственный капитал}}{\text{валюта баланса}}$	Более 0,5	0,5	0,5	-
2. Коэффициент финансовой задолженности (финансовые риски)	$\frac{\text{заемный капитал}}{\text{собственный капитал}}$	Менее 0,7	1,1	1,1	-
3. Коэффициент долга	$\frac{\text{заемный капитал}}{\text{валюта баланса}}$	Менее 0,4	0,5	0,5	-
4. Коэффициент маневренности собственных источников	$\frac{\text{собственный оборотный капитал}}{\text{собственный капитал}}$	Менее 0,5	-0,4	-0,4	-
5. Коэффициент обеспеченности оборотного капитала собственными источниками	$\frac{\text{собственный оборотный капитал}}{\text{оборотные активы}}$	Более 0,1	-0,6	-0,6	-
6. Коэффициент финансовой устойчивости	$\frac{\text{собственные средства} + \text{долгосрочные заемные средства}}{\text{валюта баланса}}$	0,8-0,9	0,5	0,5	-
8. Коэффициент устойчивости структуры мобильных средств	$\frac{\text{оборотные активы} - \text{краткосрочные пассивы}}{\text{оборотный капитал}}$	-	1	1	-

Тема 11: Анализ финансового состояния: сущность, значение и основные этапы (круглый стол)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Значение, цели и задачи анализа финансового состояния организации

- 2 Виды финансового анализа
- 3 Классификация методов и приемов анализа
- 4 Система показателей, характеризующих финансовое состояние организации

Тема 12: Укрепление финансового состояния малого предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ источников и средств формирования имущества предприятия;
2. Анализ источников и средств формирования имущества предприятия.

Методические указания: для проведения оценки источников и средств формирования имущества необходимо рассчитать удельный вес каждого показателя в общей их сумме.

Для того чтобы определить темп роста объема производства и реализации продукции рассчитывают абсолютное и относительное отклонение, делают вывод.

Анализ имущества предприятия

Статьи актива	На начало года		На конец года		Отклонение (+/-)	Темп роста, %
	Сумма	Удел. вес, %	Сумма	Удел. вес, %		
1. Внеоборотные активы, тыс. руб., всего:	111160		112460			
В том числе:	-		-			
1.1. Нематериальные активы, тыс. руб.						
1.2. Основные средства, тыс. руб.	110120		112460			
1.3. Незавершенное строительство, тыс. руб.	1040		-			
1.4. Доходные вложения в материальные ценности, тыс. руб.	-		-			
1.5. Отложенные налоговые активы, тыс. руб.	-		-			
1.6. Долгосрочные финансовые вложения, тыс. руб.	-		-			
1.7. Прочие внеоборотные активы, тыс. руб.	-		-			
2. Оборотные активы, тыс. руб., всего:	55840		54540			
В том числе:	25530		26040			
2.1. Запасы, тыс. руб.						
2.2. Налог на добавленную стоимость, тыс. руб.	4595		6340			
2.3. Дебиторская задолженность, тыс. руб.	11910		11840			
2.4. Краткосрочные финансовые вложения, тыс. руб.	4665		-			
2.5. Денежные средства, тыс. руб.	9140		10320			

2.6. Прочие оборотные активы, тыс. руб.	-		-			
Итого	167000		167000			

Анализ источников средств предприятия

Статьи пассива	На начало года		На конец года		Отклонение (+/-)	Темп роста, %
	Сумма	Удел. вес, %	Сумма	Удел. вес, %		
1. Собственные средства, тыс. руб., всего:	78390		79700			
В том числе:	65000		65000			
1.1. Уставный капитал, тыс. руб.						
1.2. Добавочный капитал, тыс. руб.	670		670			
1.3. Резервный капитал, тыс. руб.	700		700			
1.4. Нераспределенная прибыль, тыс. руб.	12020		13330			
2. Заемные средства, тыс. руб., всего:	88610		87300			
В том числе:	650		700			
2.1. Долгосрочные кредиты и займы, тыс. руб.						
2.2. Краткосрочные кредиты и займы, тыс. руб., всего:	87960		86600			
2.2.1. Займы и кредиты, тыс. руб.	13820		13600			
2.2.2. Кредиторская задолженность, тыс. руб.	1540		73000			
2.2.3. Доходы будущих периодов, тыс. руб.	-		-			
2.2.4. Резервы предстоящих расходов, тыс. руб.	-		-			
2.2.5. Прочие краткосрочные обязательства, тыс. руб.	-		-			
Итого	167000		167000			

Оценка деловой активности организации

Методические указания: для проведения оценки деловой активности организации необходимо определить темп роста объема производства и реализации продукции рассчитывают абсолютное и относительное отклонение, делают вывод.

Методика расчета:

$$\text{К-т оборачиваемости оборотных средств} = \frac{\text{выручка от реализации продукции}}{\text{остатки оборотных средств}}$$

$$\text{К-т оборачиваемости собственного капитала} = \frac{\text{выручка от реализации продукции}}{\text{остатки собственного капитала}}$$

$$\begin{aligned} \text{К-т оборачиваемости дебиторской задолженности} &= \frac{\text{выручка от реализации продукции}}{\text{остатки дебиторской задолженности}} \\ \text{К-т оборачиваемости кредиторской задолженности} &= \frac{\text{выручка от реализации продукции}}{\text{остатки кредиторской задолженности}} \\ \text{Оборачиваемость оборотных средств} &= \frac{\text{к-т оборачиваемости оборотных средств}}{360} \\ \text{Оборачиваемость собственного капитала} &= \frac{\text{к-т оборачиваемости собств. капитала}}{360} \\ \text{Оборачиваемость дебиторской задолженности} &= \frac{\text{к-т оборачиваемости деб. зад.}}{360} \\ \text{Оборачиваемость кредиторской задолженности} &= \frac{\text{к-т оборачиваемости кред. зад.}}{360} \end{aligned}$$

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонение (+/-)
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	179500	195200	
Остатки оборотных средств, тыс. руб.	55840	54540	
Остатки собственного капитала, тыс. руб.	78390	79700	
Остатки дебиторской задолженности, тыс. руб.	11910	11840	
Остатки кредиторской задолженности, тыс. руб.	74140	73000	
Оборачиваемость оборотных средств, дни			
Оборачиваемость собственного капитала, дни			
Оборачиваемость дебиторской задолженности, дни			
Оборачиваемость кредиторской задолженности, дни			
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, оборот			
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала, оборот			
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, оборот			
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, оборот			

4. Методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы

Для успешного усвоения материала обучающийся должен кроме аудиторной работы заниматься самостоятельно. Самостоятельная работа является активной учебной деятельностью, направленной на качественное решение задач самообучения, самовоспитания и саморазвития. Самостоятельная работа обучающихся выполняется без непосредственного участия преподавателя, но по его заданию и в специально отведенное для этого время. Условием эффективности самостоятельной работы обучающихся является ее систематическое выполнение.

Целью самостоятельной работы по учебной дисциплине является закрепление полученных теоретических и практических знаний по дисциплине, выработка навыков самостоятельной работы и умения применять полученные знания. Самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний и умений, комплекса профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала. Самостоятельная работа заключается в проработке тем лекционного материала, поиске и анализе литературы из учебников, учебно-методических пособий и электронных источников информации по заданной проблеме, изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку, подготовке к лабораторным работам, выполнению творческих индивидуальных работ.

Виды самостоятельной работы при изучении учебной дисциплины:

Самостоятельное изучение тем дисциплины.

Подготовка докладов

Методические рекомендации к устному опросу

Устный опрос — метод контроля, позволяющий не только опрашивать и контролировать знания обучающихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять знания, умения и навыки.

Устный опрос позволяет поддерживать контакт с обучающимися, корректировать их мысли; развивает устную речь (монологическую, диалогическую); развивает навыки выступления перед аудиторией.

Принято выделять два вида устного опроса:

- фронтальный (охватывает сразу несколько обучающихся);

-индивидуальный (позволяет сконцентрировать внимание на одном обучающимся).

Самостоятельное изучение темы

Самостоятельная работа предполагает тщательное освоение обучающимися учебной и научной литературы по изучаемым темам дисциплины.

При самостоятельном изучении основной рекомендованной литературы обучающимся необходимо обратить главное внимание на узловые положения, излагаемые в изучаемом тексте. Для этого следует внимательно ознакомиться с содержанием источника информации, структурировать его и выделить в нем центральное звено. Обычно это бывает ключевое определение или совокупность существенных характеристик рассматриваемого объекта. Для того чтобы убедиться, насколько глубоко усвоено содержание темы, в конце соответствующих глав и параграфов учебных пособий обычно дается перечень контрольных вопросов, на которые обучающийся должен давать четкие и конкретные ответы.

Работа с дополнительной литературой предполагает умение обучающихся выделять в ней необходимый аспект исследуемой темы.

Дополнительную литературу следует изучать комплексно и всесторонне на базе освоенных основных источников.

Обязательный элемент самостоятельной работы обучающихся со специальной литературой – ведение необходимых записей. Общепринятыми формами записей являются опорный конспект, презентация

Методические рекомендации по составлению планов - конспектов

Основные требования

План – конспект (опорный конспект) призван выделить главные объекты изучения, дать им краткую характеристику, используя символы, отразить связь с другими элементами. Основная цель опорного конспекта – графически представить осмысленный и структурированный информационный массив по заданной теме (проблема). В его составлении используются различные базовые понятия, термины, знаки (символы) — опорные сигналы.

Опорный конспект представляет собой систему взаимосвязанных геометрических фигур, содержащих блоки концентрированной информации в виде ступенек логической лестницы; рисунка с дополнительными элементами и др.

Для создания опорного конспекта необходимо: изучить информацию по теме, выбрать главные и второстепенные элементы; установить логическую связь между выбранными элементами; представить характеристику элементов в очень краткой форме; выбрать опорные

сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; оформить работу.

Критерии оценивания:

Результатом оценивания является отметка «зачтено». Работа оценивается по следующим критериям:

- 1) соответствие содержания теме;
- 2) корректная структурированность информации;
- 3) наличие логической связи изложенной информации;
- 4) аккуратность и грамотность изложения;
- 5) соответствие оформления требованиям;
- 6) работа сдана в срок.

Работа считается засчитанной, если она отвечает требованиям более половины критериев.

Методические рекомендации по составлению информационных сообщений (докладов)

Информационное сообщение (доклад) – есть результат процессов преобразования формы и содержания документов с целью их изучения, извлечения необходимых сведений, а также их оценки, сопоставления, обобщения и представления в устной форме (защиты)

Требования к оформлению

Объем информационных сообщений (докладов) – до 5 полных страниц текста, набранного в текстовом редакторе Word, шрифтом – TimesNewRoman, 14 шрифтом с одинарным межстрочным интервалом, параметры страницы – поля со всех сторон по 20 мм.

Ссылки на литературу концевые, 10 шрифтом. В названии следует использовать заглавные буквы, полужирный шрифт, при этом не следует использовать переносы; выравнивание осуществлять по центру страницы. Данные об авторе указываются 14 шрифтом (курсивом) в правом верхнем углу листа.

Методические рекомендации по подготовке и участию в семинарском занятии

Семинары (от лат. *seminarium* – рассадник) являются продолжением лекционных форм обучения и служат для осмысления и более глубокого изучения теоретических проблем, а также выработке навыков использования знаний. Семинарское занятие дает обучающемуся возможность проверить, уточнить, систематизировать знания, овладеть терминологией и свободно ею оперировать, научиться точно и доказательно выражать свои мысли на языке конкретной науки, анализировать факты, вести диалог, дискуссию, оппонировать.

На семинаре основную роль играет функция обобщения и систематизации знаний. Семинар требует от обучающихся довольно высокого уровня самостоятельности – умения работать с несколькими источниками, сравнивать, как один и тот же вопрос излагается различными авторами, делать собственные обобщения и выводы. Для повышения эффективности такой работы используются разнообразные формы семинаров, а также семинарско-практические занятия, которые содержат в себе еще и творческую составляющую, позволяющую обучающимся в разных формах формировать не только познавательный опыт, но практические навыки будущей профессиональной деятельности.

Однако для того, чтобы эффективно подготовиться к семинарскому занятию любого вида, необходимо помнить ряд правил-рекомендаций общего характера:

1. Семинар — это учебное занятие, организуемое в представления докладов
2. По форме проведения эти занятия могут быть организованы как беседа по заранее предложенным вопросам, подготовка докладов или рефератов - коллоквиум.
3. Каждому обучающемуся предоставляется возможность выступить с подготовленным сообщением, сделать дополнение или принять участие в анализе выступлений других участников семинара.
4. При подготовке сообщения следует учесть логику изложения, аргументированность доказательств, требование к лаконичности, продумать план сообщения.
5. Подготовка к занятию начинается с изучения литературы по теме семинара. Поиск информации является одной из важных компетентностей современного профессионала. Поэто-

му, помимо предложенных источников информации, обучающиеся при подготовке к семинару опираются и на те источники (статьи, монографии, интернет-ресурсы и проч.), которые нашли самостоятельно.

Во время проведения коллоквиума происходит обсуждение под руководством преподавателя широкого круга проблем.

В ходе группового обсуждения обучающиеся учатся высказывать свою точку зрения по определенному вопросу, защищать свое мнение, применяя знания полученные на занятиях по дисциплине и при подготовке к коллоквиуму.

Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся демонстрирует, на сколько глубоко и осознано он усвоил изученный материал.

На семинарском занятии от вас ждут не унылого и пресного воспроизведения чужого текста, а активности, выражения самостоятельно найденной позиции, конструктивного разрешения профессионально значимых проблем, сопоставления фактов и идей, оценочных суждений. Все это приблизит вас к реалиям своей профессиональной деятельности.

Рычкова Евгения Сергеевна,

доцент кафедры экономической безопасности и экспертизы АмГУ

Экономика и управление организациями малого бизнеса: Сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело».
- Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. - 55 с.

Усл. печ. л.