



**Помощь студентам  
онлайн! Без посредников!  
Без предоплаты!  
<http://diplomstudent.net/>**

Тема диплома: Проблемы финансирования малого бизнеса в современных условиях на примере ООО «Анабель-Рус»

**Аналитическая глава ВКР Анализ финансового состояния малого бизнеса**

## ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА ООО «АНАБЕЛЬ-РУС»

2.1. Техничко-экономическая характеристика малого бизнеса ООО «Анабель-Рус»

2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Анабель-Рус»

2.3. Проблемы финансирования малого бизнеса ООО «Анабель-Рус»

## **ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА ООО «АНАБЕЛЬ-РУС»**

### **2.1. Техничко-экономическая характеристика малого бизнеса ООО «Анабель-Рус»**

Объектом исследования в дипломной работе является предприятие ООО «Анабель - Рус», которое является обществом с ограниченной ответственностью и осуществляет свою деятельность на основании ФЗ « Об обществах с ограниченной ответственностью», Устава предприятия, трудового, налогового, гражданского законодательства РФ, а также других нормативно-правовых актов РФ и внутренних локальных актов предприятия. Компания занимается торговой деятельностью по реализации женского нижнего белья. Миссия компании – предоставление клиентам возможности приобретения качественной, стильной, удобной и разнообразной одежды (нижнее белье). Видение компании ООО «Анабель - Рус» - создание надежного, прибыльного, динамично развивающегося предприятия с уровнем обслуживания, превосходящим ожидания клиентов. Принципиальные подходы к ведению бизнеса компании ООО «Анабель - Рус» определяются стратегической задачей и историей предприятия. Компания ООО «Анабель - Рус» ставит перед собой цель – организация эффективной коммерческой деятельности, при этом важен конечный результат, то есть прибыль, что немислимо без наиболее полного и глубокого удовлетворения покупательского спроса. Деятельность компании ООО «Анабель - Рус» связана с реализацией товаров конечному потребителю, что является завершающим этапом ее продвижения из сферы производства. Внутренняя среда компании ООО «Анабель - Рус» характеризуется совокупностью элементов действующие для достижения общей главной цели, это персонал, капитал, товар, технология и информация.

Организационная структура управления ООО «Анабель - Рус»- линейно - функциональная. Данная структура удачно сочетает линейные подразделения, которые выполняют на предприятии весь объем основной деятельности, с отделами и службами, которые реализуют конкретные функции управления в масштабах всей организации, рис. 2.1. Применение данной организационной структуры в компании позволяет ее сохранить жесткость и простоту линейных структур, работать с

высокой производительностью и иметь высокий управленческий потенциал. Стиль руководства в компании ООО «Анабель - Рус» - демократический. Основное управление магазином осуществляет директор, в обязанности которого входит организация эффективной работы сотрудников, осуществление контроля.

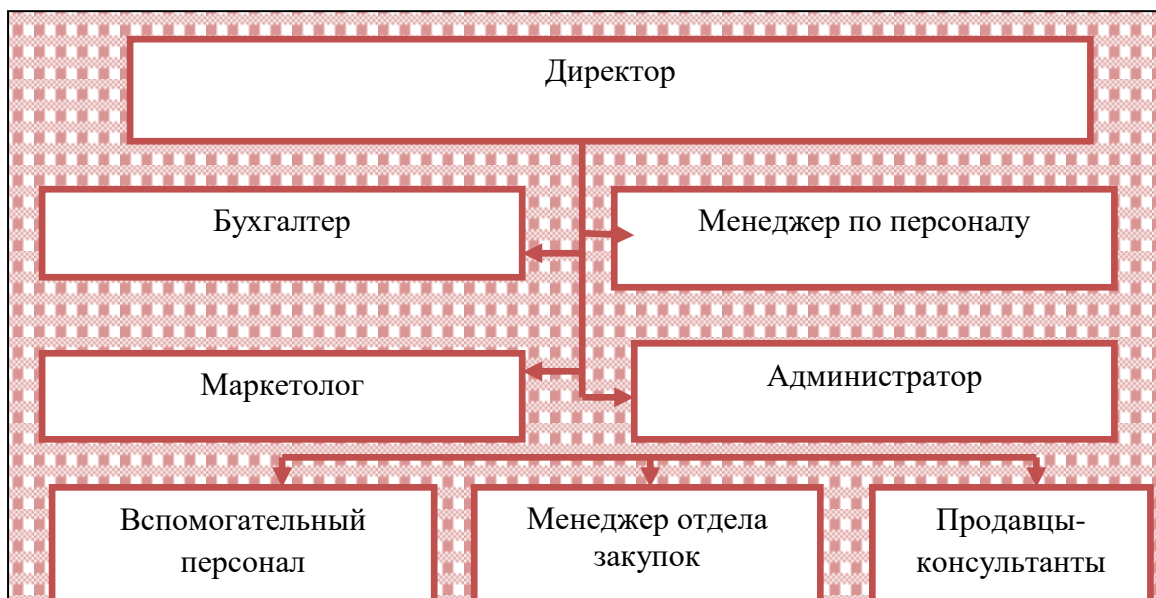


Рис.2.1. Организационная структура ООО «Анабель - Рус»<sup>1</sup>

Руководитель компании ООО «Анабель - Рус» обладает основными принципами самоменеджмента:

1. Постановка четких целей перед собой и коллективом. Правильно поставленная цель дает ясное представление о результате.
2. Планирование - четкое использование своего времени для достижения поставленных целей.
3. Принятие управленческих решений – директор в своей работе устанавливает приоритетность в решении вопросов, какое из дел надо сделать в первую очередь, а какое во вторую.
4. Реализация и организация – директор эффективно организует свою деятельность и рабочий распорядок, что служило примером для всех сотрудников. Основным принципом организации его рабочего дня: «Работа должна подчиняться мне, а не наоборот».

<sup>1</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус».

5. Контроль – вся трудовая деятельность компании контролировалась и сравнивалась с результатами поставленной цели и задачами. Контроль позволяет оптимизировать трудовой процесс в компании.

Бухгалтер на предприятии ООО «Анабель - Рус» занимает одно из главных мест в его структуре, так как именно он обеспечивает эффективное движение финансовых потоков, он является самостоятельным структурным подразделением. Маркетолог ООО «Анабель - Рус» занимается разработкой маркетинговой стратегии предприятия, анализом положения предприятия на рынке, его финансово-хозяйственной деятельности и эффективности управления им, разработкой стратегии развития, выявлением ключевых внутренних и внешних проблем компании и разработкой оптимальных способов их решения. Исследованием существующих сетей сбыта и систем снабжения. Организацией рекламы и стимулирование сбыта. Менеджер по персоналу на предприятии занимается подбором, расстановкой и воспитанием кадров, изучением деловых и моральных качеств работников по их практической деятельности, создает резерв кадров для выдвижения на руководящие и материально ответственные должности, организывает и проводит подготовку кадров, их переквалификацию и обучение новым технологиям. Кроме того, ведет учет кадров, обеспечивает права, льготы и гарантии работников компании. Менеджер отдела закупок ООО «Анабель - Рус» занимается организацией поставок товара в магазин, заключение договор с производителями и поставщиками. Продавцы – консультанты предприятия осуществляют организацию продаж товара, занимаются раскладкой товара, обслуживанием покупателя. Администратор предприятия управляет отделом, персоналом, разрабатывает стратегии продвижения товара, стимулирования покупателя. Путем делегирования линейных полномочий устанавливаются нормы управляемости, которые определяют число подразделений и число уровней управления.

Среднесписочная численность работников предприятия ООО «Анабель - Рус» составляет 20 человек, а это на 4 человека ниже по сравнению с тем же показателем 2011 г., рис.2.2. Штатное расписание предприятия ООО «Анабель - Рус» составляется по установленной форме и утверждается по состоянию на 1 января ежегодно приказом руководителя предприятия. Изменения в штатное расписание вносятся в соответствии с приказом (распоряжением) руководителя организации или

уполномоченным им лицом. Форма штатного расписания утверждена постановлением Госкомстата России от 06.04.01 № 26 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплаты». Штатное расписание компании ООО «Анабель - Рус» по состоянию на 2013 г. представлено в табл.2.1.

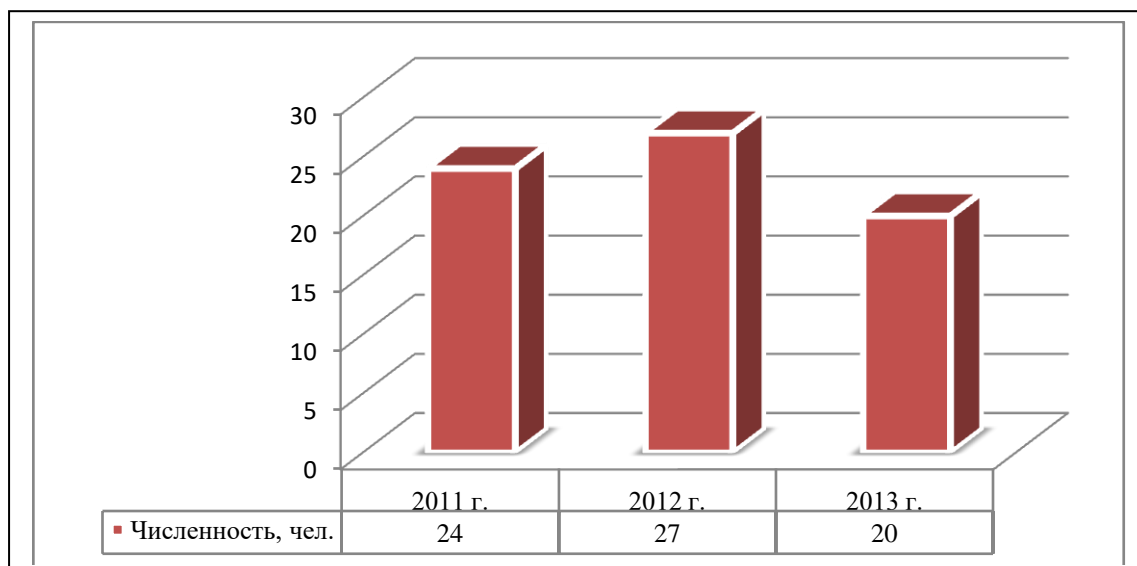


Рис.2.2. Динамика среднесписочной численности предприятия ООО «Анабель - Рус»<sup>2</sup>

Таблица 2.1

Штатное расписание компании ООО «Анабель - Рус»<sup>3</sup>

Наименование должности	Количество штатных единиц	Должностные оклады	Премия	Месячный фонд оплаты труда	Примечание
Генеральный директор	1	15 000	15 000	30 000	-
Бухгалтер	1	8 000	4 000	24 000	-
Маркетолог	1	7 000	5 000	12 000	-
Менеджер по персоналу	1	13 000	4 000	17 000	-
Менеджер отдела закупок	4	13 000	2 000	60 000	-
Продавцы-консультанты	10	13 000	8 000	150 000	% от продаж
Администратор	2	15000	2000	34 000	% от продаж
Вспомогательный персонал	2	6 000	3 000	18 000	-
Итого	20	143 000	82 000	344 000	

<sup>2</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус».

<sup>3</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»

Среднемесячная оплата труда в ООО «Анабель - Рус» по состоянию на 2013 г. составляет 15500 тыс. руб., а это на 25% выше по сравнению с показателем 2011 г., рис. 2.3.

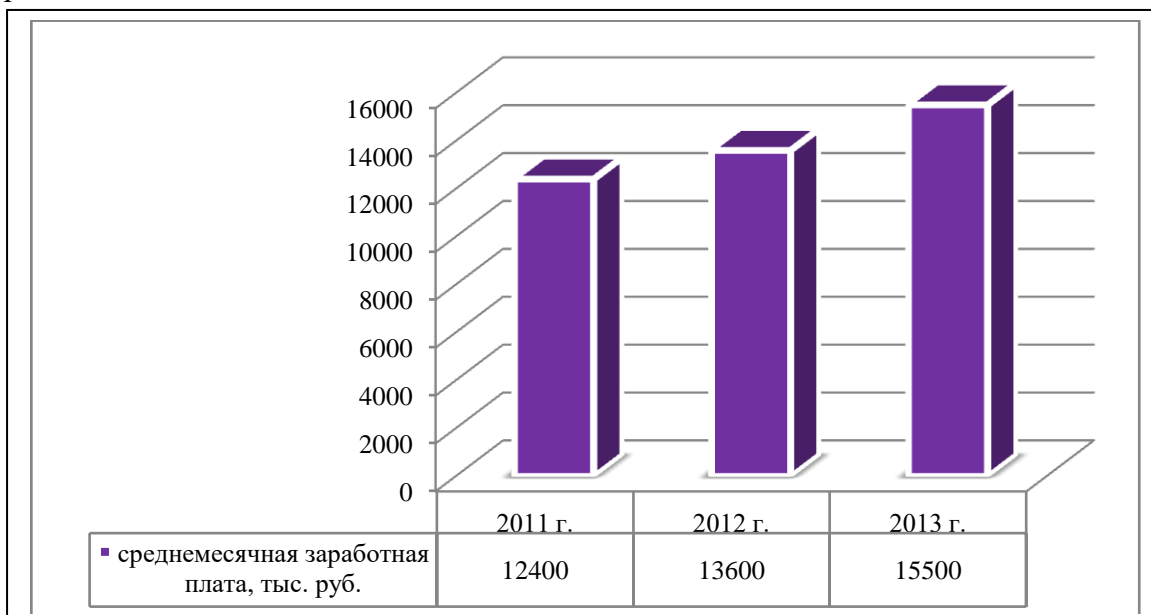


Рис.2.3.Динамика среднемесячной заработной платы ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013 г.г<sup>4</sup>.

Месячный фонд оплаты труда в ООО «Анабель - Рус» составляет 344 000 тыс. руб. Годовой фонд – 4 128 000 руб. Нормирование труда на предприятии осуществляется согласно статье 160 ТК РФ. В компании 8 часовой рабочий день, одна смена, семидневная рабочая неделя с «плавающим» графиком работы. Оплата труда работников окладно – премиальная. Оклад соответствует занимаемой должности. Все работники в компании ООО «Анабель - Рус» осуществляют свою деятельность на основе должностных инструкций, в которых четко прописаны требования, предъявляемые к занимаемой должности. В компании действует Положение об оплате труда, в котором прописываются все положения премиальной системы, штрафных санкций, для работников, повышающих производительность труда или нарушающих корпоративную культуру и причиняющих вред производству соответственно.

Назначение человеческих ресурсов компании ООО «Анабель - Рус»– это непосредственно продажа товара. Капитал используется на предприятии для закупки

<sup>4</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»

товара, для внедрения новых технологий, для оплаты труда сотрудников. Товар – это нижнее белье. Технология – это способ продажи и обслуживания покупателя. Информация необходима предприятию, чтобы знать, своего потребителя, его потребности и желания, ситуацию на рынке, что производят конкуренты и т.д. Для продажи своего товара ООО «Анабель - Рус» использует отдел площадью от 50 м<sup>2</sup>: торговый павильон, примерочные, складское помещение, зону оформления покупок.

Показатели экономической эффективности, характеризуют эффективность деятельности предприятия. Проведем анализ основных экономических показателей предприятия ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013 г.г. на основании данных бухгалтерской отчетности, представленной в прил.В. Данные оформим в виде табл.2.2.

Таблица 2.2

Основные экономические показатели деятельности организации ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013 г.г.<sup>5</sup>.

показатели	2011 г.	2012г.	2013г	Отклонение 2013 г. к 2011 г., %	Отклоне ние 2013 г. к 2011 г., %
Сумма капитала, тыс. руб.	1990	1352	1073	53,91	79,36
Сумма собственных средств, тыс. руб.	804	588	297	36,94	50,51
Сумма заемных средств, тыс. руб.	1186	764	776	65,43	101,57
Дебиторская задолженность тыс. руб.	4	-	-	-	-
Оборотные активы, тыс. руб.	1990	1352	1073	53,91	79,36
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	1186	764	776	65,43	101,6
Сумма уставного капитала, тыс. руб.	100	200	200	200,0	-
Продажи, тыс. руб.	18002	18566	19006	105,5	102,4
Себестоимость продаж, тыс. руб.	14762	14431	15230	103,17	105,53
Запасы, тыс. руб.	1986	1351	1062	53,47	78,61
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	898	1197	1474	164,14	123,14
Прибыль от продаж, тыс. руб.	904	1264	1476	163,27	116,77
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода, тыс. руб.	834	1125	1382	166,91	123,73

<sup>5</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»

Данные табл. 2.2. показывают, что на предприятии ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013 г.г. наблюдается снижение общей стоимости капитала на 46,09% и на конец анализируемого периода стоимость капитала предприятия составила 1073 тыс. руб. Капитал предприятия снизился как за счет собственных , так и за счет заемных источников финансирования, рис.2.4.

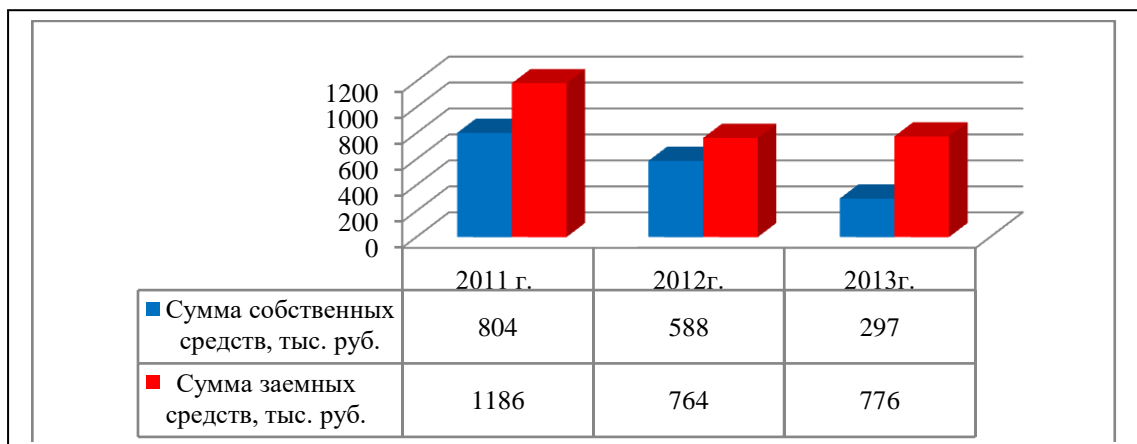


Рис.2.4. Динамика собственного и заемного капитала предприятия ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013 г.г.<sup>6</sup>

Важно отметить, что наибольший удельный вес в общей структуре капитала приходится на заемные источники финансирования и по состоянию на 2013 г. доля заемного капитала составила 72,32%, рис.2.5. в стоимостном выражении сумма заемных средств составила 776,0 тыс. руб.



Рис. 2.5. Структура капитала предприятия ООО «Анабель - Рус» в 2013 г.<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»

<sup>7</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»



Сумма уставного капитала предприятия за последние два года не менялась и составила 200,0 тыс. руб.

Рассмотрим показатели выручки и прибыльности компании. Так, данные табл. 2.2. показывают, что выручка от продаж за анализируемый период возросла на 5,5% и составила 19006 тыс. руб. Произошло увеличение себестоимости продаж, которая на конец анализируемого периода составила 15230 тыс. руб., а это на 3,17% выше по отношению к показателю 2011 г., рис. 2.6.

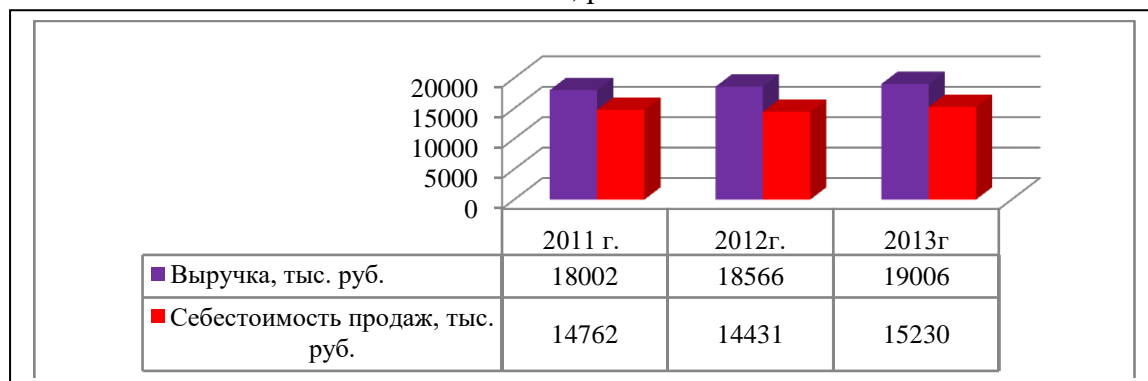


Рис.2.6. Динамика показателей выручки и себестоимости предприятия ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013 г.г.<sup>8</sup>

В связи с тем, что темпы роста затрат ниже, темпов роста товарооборота, наблюдается прирост по всем показателям прибыли. Так, в частности прибыль до налогообложения возросла на 64,14%, прибыль от продаж и чистая прибыль увеличились примерно на такую же величину и составили на конец анализируемого периода 1476 тыс. руб. и 1392 тыс. руб. соответственно, рис.2.7.

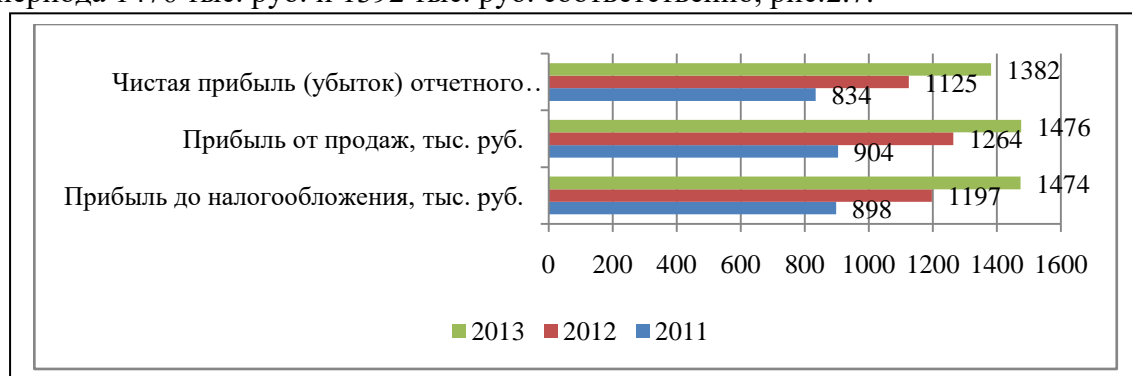


Рис.2.7. Динамика показателей прибыли предприятия ООО «Анабель - Рус»<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»

<sup>9</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»

Таким образом, проведенное выше исследование показало, что на предприятии ООО «Анабель - Рус» среднесписочная численность работников составляет 20 человек по состоянию на 2013 г., среднемесячная заработная плата 15,5 тыс. руб., что превышает показатель начала анализируемого периода, хотя рост заработной платы нельзя назвать внушительным. Все работники компании осуществляют свою деятельность на основании должностных инструкций и инструкций по охране труда. Возглавляет компанию генеральный директор, ему подчиняются все руководящие работники предприятия. Компания занимается розничной реализацией женской одежды, однако капитал предприятия незначительный и общая сумма капитала компании по состоянию на 2013 г. составила 1073,0 тыс. руб. При этом более 70% капитала - это заемные источники финансирования. Выручка и себестоимость продаж компании показывают ежегодный рост, однако темпы роста товарооборота превышают темпы роста себестоимости, в связи с этим показатели прибыльности растут. Для того, чтобы дать наиболее полную оценку финансового состояния предприятия ООО «Анабель - Рус» необходимо перейти к следующей части работы.

## **2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Анабель-Рус»**

Одним из важнейших условий успешного управления предпринимательской фирмой является анализ ее финансового состояния, так как результаты в любой сфере предпринимательской деятельности зависят от наличия и эффективности использования финансовых ресурсов. В условиях рыночной экономики забота о финансах — это важный элемент деятельности любого предприятия. Для эффективного управления финансами фирмы необходимо систематически проводить финансовый анализ. Основное содержание его — комплексное системное изучение финансового состояния фирмы и факторов, влияющих на него, с целью прогнозирования уровня доходности капитала фирмы, выявления возможностей повышения эффективности ее функционирования. Способность фирмы успешно функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в постоянно изменяющейся внутренней и внешней предпринимательской среде,

постоянно поддерживать свою платежеспособность и финансовую устойчивость свидетельствует о ее устойчивом финансовом состоянии и наоборот.

Для оценки финансовой составляющей предприятия используются различные виды информационных ресурсов компании ООО «Анабель - Рус». А в частности: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, приложение к бухгалтерскому балансу, отчет о движении денежных средств, отчет о движении капитала и др. бухгалтерская и отчетная информация. Бухгалтерский учет на предприятии автоматизирован программой 1С. Бухгалтерия (версия 8.0).

Сведения, которые приводятся в пассиве баланса, позволяют определить, какие изменения произошли в структуре собственного и заемного капитала, сколько привлечено в оборот предприятия долго- и краткосрочных заемных средств, т.е. пассив показывает, откуда взялись средства, кому обязано за них предприятие. Финансовое состояние предприятия и его устойчивость во многом зависят от того, какие средства оно имеет в своем распоряжении и куда они вложены. По степени принадлежности используемый капитал подразделяется на собственный (раздел I пассива) и заемный (разделы II и III пассива). По продолжительности использования различают капитал постоянный (перманентный) (I и II разделы пассива) и краткосрочный (III раздел пассива). Необходимость в собственном капитале обусловлена требованиями самофинансирования предприятий, он является основой их самостоятельности и независимости. Следовательно, от того, насколько оптимально соотношение собственного и заемного капитала, во многом зависит финансовое положение предприятия. Коэффициенты финансовой устойчивости характеризуют состояние и динамику финансовых ресурсов предприятий с точки зрения обеспечения ими производственного процесса и других сторон их деятельности. Коэффициенты оценки финансовой устойчивости предприятия – система показателей, характеризующих структуру используемого капитала предприятия с позиций степени финансовой стабильности его развития в предстоящем периоде.

Произведем анализ финансовой устойчивости предприятия ООО «Анабель - Рус». Для этого рассчитаем следующие коэффициенты финансовой устойчивости: коэффициент финансовой автономности предприятия, коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент финансового риска, коэффициент финансирования,

коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами: коэффициент капитализации (плечо финансового рычага)- показывает, сколько заемных средств организация привлекла на 1 руб., вложенных в активы собственных средств; коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами- показывает, какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных источников; коэффициент финансовой независимости (автономности)- показывает удельный вес собственных средств в общей сумме источников финансирования; коэффициент финансирования- показывает, какая часть деятельности финансируется за счет собственных, а какая - за счет заемных средств; коэффициент финансовой устойчивости- показывает, какая часть актива финансируется за счет устойчивых источников.

Формулы расчета показателей финансовой устойчивости представлены в прил.Г. Оформим расчеты в табл.2.3. (Прил.Д)

Данные табл.2.3. показывают, что коэффициенты финансовой устойчивости предприятия с 2011-2013 г.г. находятся ниже нормативных значений, за исключением коэффициента капитализации, который в 2011-2012 г.г. не превышал 1,5, а по состоянию на 2013 г. он составил 2,61, при этом наблюдается рост данного показателя на 1,14.

Коэффициент финансирования и коэффициент финансовой устойчивости согласно нормативным значениям, должны превышать значения 0,7 и 0,6, но на анализируемом предприятии они составили 0,38 и 0,27 соответственно, при этом наблюдается снижение данных коэффициентов, рис.2.8. Также наблюдается, что предприятие ООО «Анабель - Рус» зависимо от внешних источников финансирования, так коэффициент финансовой независимости (автономности) ниже нормативного значения и составил на конец анализируемого периода 0,27. Все это свидетельствует о том, что компания ООО «Анабель - Рус» не является финансово устойчивой и баланс предприятия в основном сформирован за счет заемных источников финансирования.

Проведем анализ деловой активности предприятия. Деловая активность является комплексной и динамичной характеристикой предпринимательской деятельности и эффективности использования ресурсов. Уровни деловой активности конкретной организации отражают этапы ее жизнедеятельности

(зарождение, развитие, подъем, спад, кризис, депрессия) и показывают степень адаптации к быстроменяющимся рыночным условиям, качество управления.

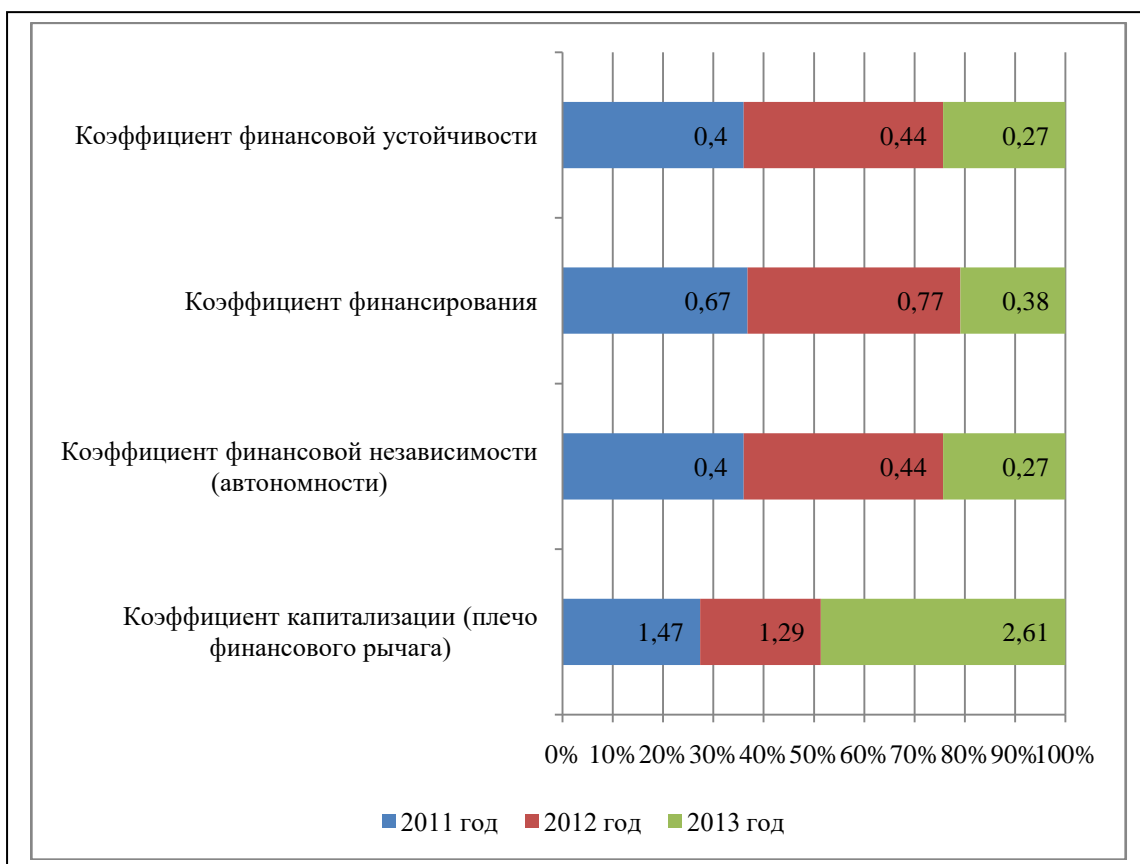


Рис.2.8.Динамика коэффициентов финансовой устойчивости предприятия ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013г.г.<sup>10</sup>

Деловую активность можно охарактеризовать как мотивированный макро- и микроуровнем управления процесс устойчивой хозяйственной деятельности организаций, направленный на обеспечение ее положительной динамики, увеличение трудовой занятости и эффективное использование ресурсов в целях достижения рыночной конкурентоспособности. Деловая активность выражает эффективность использования материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов по всем бизнес-линиям деятельности и характеризует качество управления, возможности экономического роста и достаточность капитала организации. основополагающее влияние на деловую активность хозяйствующих субъектов оказывают макроэкономические факторы, под воздействием которых

<sup>10</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»

может формироваться либо благоприятный «предпринимательский климат», стимулирующий условия для активного поведения хозяйствующего субъекта, либо наоборот – предпосылки к свертыванию и затуханию деловой активности. Достаточно высокую значимость имеют также и факторы внутреннего характера, в принципе подконтрольные руководству организаций: совершенствование договорной работы, улучшения образования в области менеджмента, бизнеса и планирования, расширение возможностей получения информации в области маркетинга и др.

Рассчитаем коэффициенты деловой активности предприятия ООО «Анабель - Рус» по следующим показателям: коэффициент общей оборачиваемости капитала (ресурсоотдача)- показывает эффективность использования имущества предприятия и отражает скорость оборота капитала организации за период; коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, который показывает расширение или снижение коммерческого кредита, предоставляемого организации; коэффициент оборачиваемости оборотных (мобильных) средств - показывает скорость оборота всех оборотных средств организации; коэффициент отдачи собственного капитала - показывает скорость оборота собственного капитала.

Формулы расчета показателей деловой активности представлены в прил.Г. Оформим показатели деловой активности в виде табл.2.4 (прил.Д). Так, данные табл. 2.4 показывают, что в течении 2011-2013 гг. произошло замедление оборачиваемости капитала, так коэффициент ресурсоотдачи составил 17,71, а это на 8.67 больше, чем это было в 2011 г. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности увеличился на 9,32 и составил 24,49; наблюдается также замедление оборачиваемости собственного капитала, так по состоянию на 2013 г. коэффициент отдачи собственного капитала составил 63,99, тогда как в начале анализируемого периода он составлял 22,39, а это на 41,6 ниже по сравнению с показателем 2013 г., рис.2.9.

В условиях рыночных отношений велика роль показателей рентабельности продукции, характеризующих уровень прибыльности (убыточности) её производства. Показатели рентабельности являются характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Они характеризуют

относительную доходность предприятия, измеряемую в процентах к затратам средств или капитала с различных позиций.

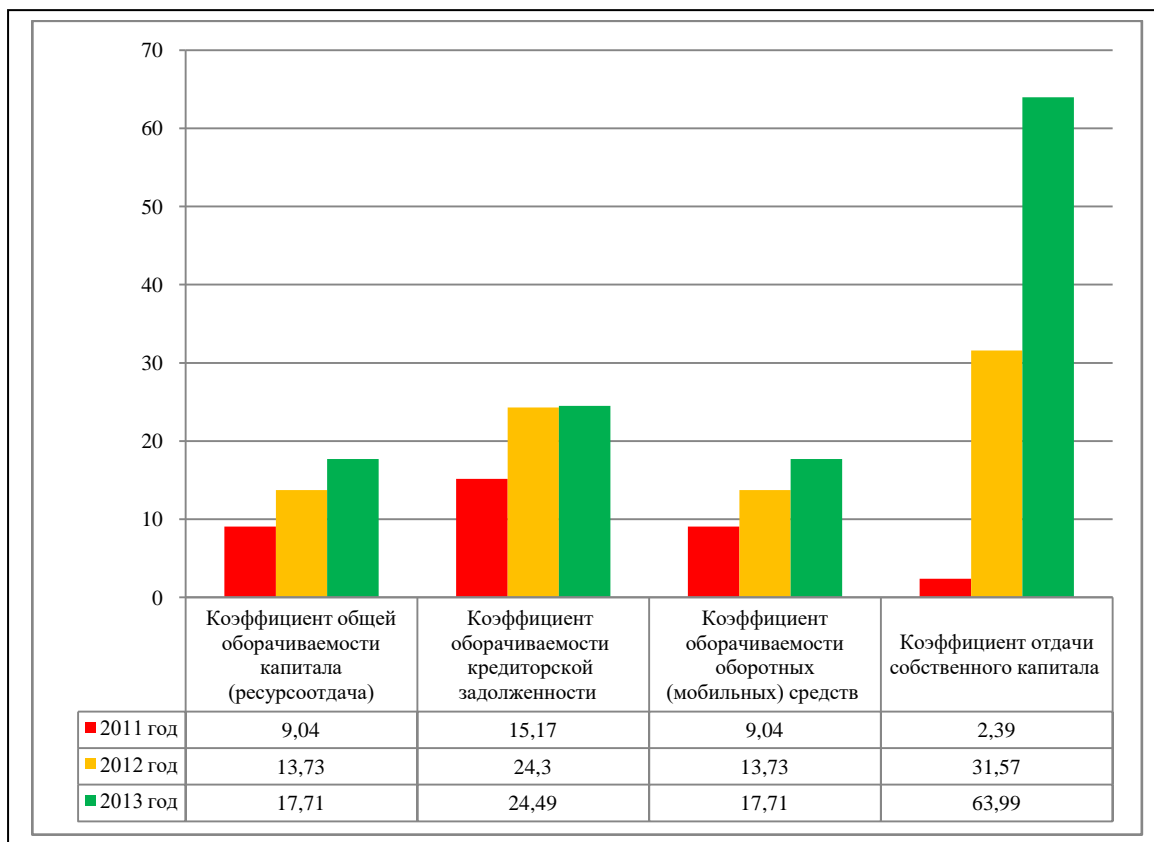


Рис.2.9.Динамика коэффициентов деловой активности предприятия ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013 г.г<sup>11</sup>.

Рассчитаем следующие показатели рентабельности: рентабельность продаж- показывает сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции; бухгалтерская рентабельность от обычной деятельности- показывает уровень прибыли до выплаты налога; чистая рентабельность- показывает, сколько чистой прибыли приходится на единицу продукции; рентабельность собственного капитала- показывает эффективность использования собственного капитала. Формулы расчетов показателей рентабельности представлены в прил.Г. Результаты расчетов показателей представлены в табл.2.4(прил.Д).

По данным табл.2.4 видно, что показатели рентабельности в целом показывают рост. Так, рентабельность продаж и чистая рентабельность возросли на

<sup>11</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»

2,74% и 2,69% соответственно. Показатель бухгалтерской рентабельности составил 7,75%, что также выше показателя 2009 г. на 2,77%, рис.2.10.

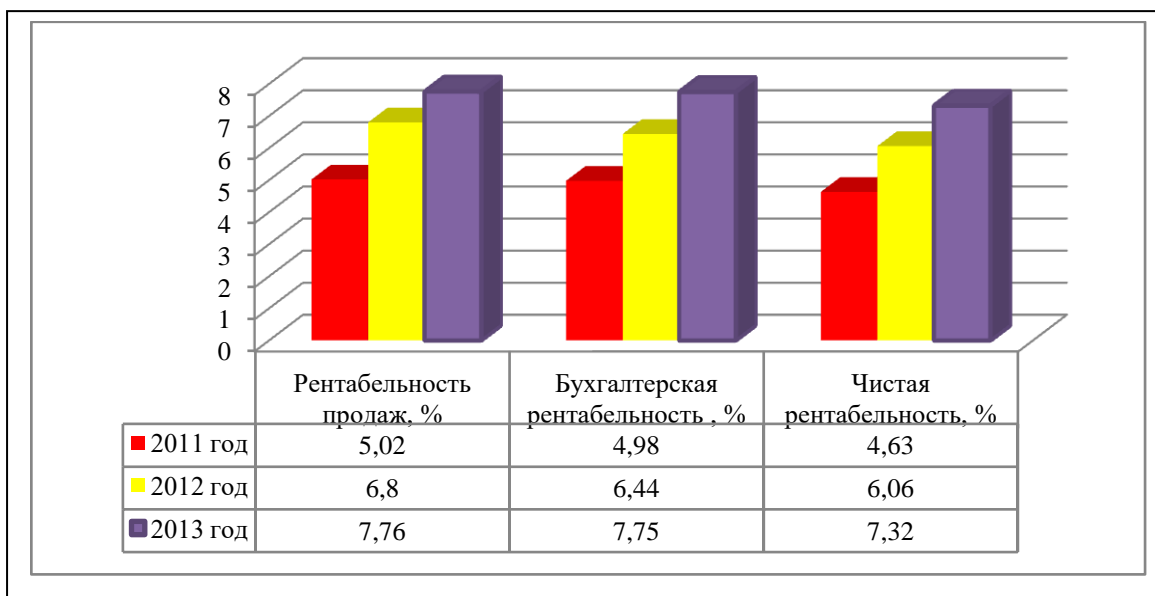


Рис.2.10. Динамика показателей рентабельности продаж, чистой рентабельности и бухгалтерской предприятия ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013 г.г<sup>12</sup>.

Несмотря на то, что рентабельность собственного капитала находится на достаточно высоком уровне, к концу анализируемого периода она снизилась на 138% по сравнению с показателем 2011 г. и на конец анализируемого периода составила 696%, что следует оценить отрицательно, рис.2.11.

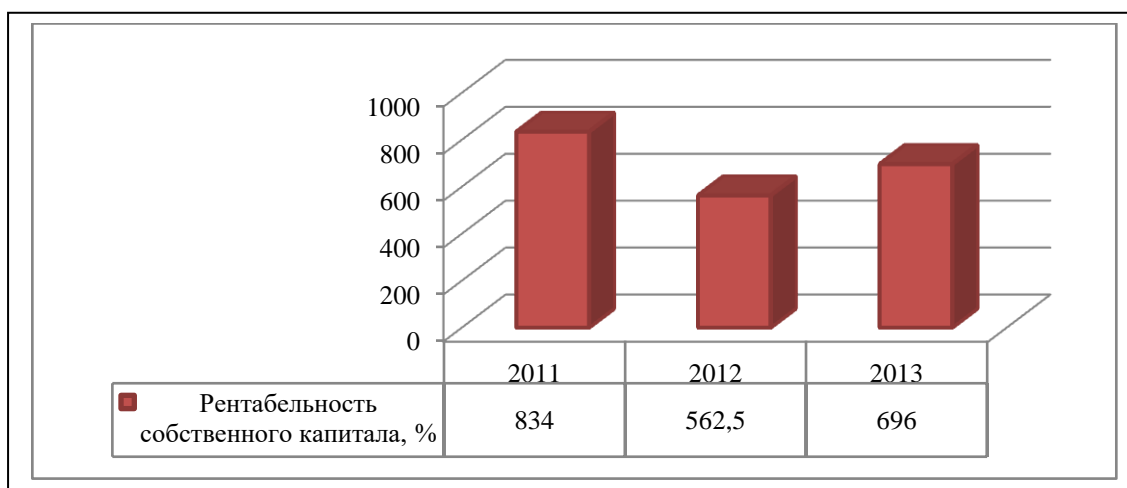


Рис. 2.11. Динамика показателей рентабельности собственного капитала предприятия ООО «Анабель - Рус» с 2011-2013 г.г<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус».

<sup>13</sup> Составлено автором на основании данных предприятия ООО «Анабель - Рус»



Таким образом, целом показатели рентабельности предприятия ООО «Анабель - Рус» за 2011-2013 г.г. возросли в связи с ростом объемов продаж и показателей прибыли.

Проведенный анализ финансового состояния ООО «Анабель - Рус» показал, что на предприятии ежегодно наблюдается рост выручки и прибыли, соответственно возросли и показатели рентабельности. В связи с тем, что, предприятие является финансово зависимым, так как в основном капитал предприятия сформирован за счет заемных источников финансирования, коэффициенты финансовой устойчивости находятся на минимальных значениях. Общая стоимость капитала предприятия за анализируемый период снизилась, при этом произошло снижение капитала как за счет снижения собственных, так и за счет снижения заемных источников финансирования. В активе баланса наблюдается снижение стоимости запасов на 50%, что является отрицательной динамикой, так как в последующем это может привести к истощению ассортимента предприятия.

### **2.3. Проблемы финансирования малого бизнеса ООО «Анабель-Рус»**

Выше было описано, что основной деятельностью компании ООО «Анабель-Рус» является розничная реализация женской одежды (нижнего белья). Компания не имеет в наличии собственного помещения для реализации товаров, в связи с этим вынуждена арендовать помещение и платить арендную плату. Кроме этого, проведенный анализ показал, что в целом капитал предприятия небольшой и составляет чуть более 1млн. руб., при этом более 70% капитала- это заемные источники финансирования. Таким образом, в сущности, компания является финансово-зависимой. Несмотря на то, что показатели прибыли ежегодно составляют чуть более 1,0 млн. руб., а точнее по состоянию на 2013 г. прибыль компании составила 1382,0 тыс. руб., компания ООО «Анабель-Рус» не может погасить кредитные обязательства на сумму в 776,0 тыс. руб. (имеющаяся кредиторская задолженность по состоянию на 2013 г.). Это связано, прежде всего с тем, что существует потребность во вложении финансовых ресурсов в оборот компании. При этом было также замечено, что товарные запасы у предприятия

снижаются, если их не пополнять своевременно, то это приведет к истощению ассортимента.

Таким образом, основной проблемой в системе управления финансами малого предприятия ООО «Анабель-Рус» являются следующие факторы: отсутствие в собственности собственного помещения для магазина, в связи с этим компания платит арендную плату; высокая доля заемных средств в общей структуре капитала; снижение товарных запасов, рис. 2.12.

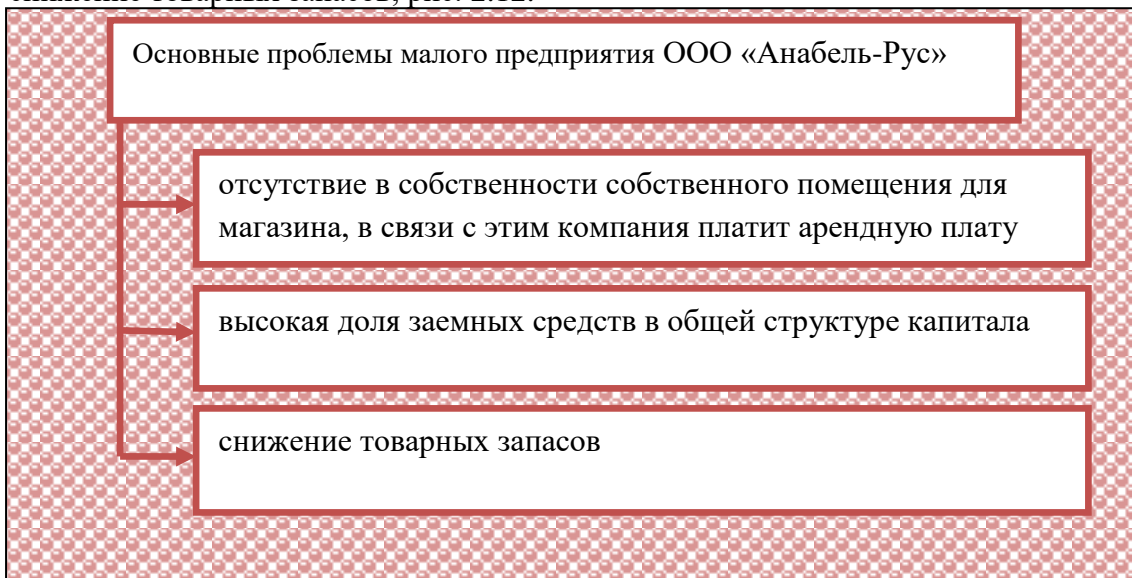


Рис. 2.12. Основные проблемы малого предприятия ООО «Анабель-Рус»<sup>14</sup>

Таким образом, для повышения финансовой устойчивости компании ООО «Анабель-Рус» необходимо привлечение финансовых ресурсов для развития бизнеса. Но кроме того, чтобы получить денежные средства для развития бизнеса, еще и важно, чтобы компания могла эффективно продвигать свои товары. Для этого важно, чтобы товары компании пользовались спросом у потребителя, чтобы была активная рекламная политика, необходима разработка стратегии стимулирования сбыта (скидки). Не менее важным фактором в развитии малого предприятия является- отраслевая принадлежность. То есть, одно дело вложить финансовые ресурсы в инновационные технологии или товары-новинки, другое дело вложить финансовые ресурсы в развитие торгового предприятия по реализации женской одежды, которых на сегодняшний день насчитывается большое множество.

Так как компания ООО «Анабель-Рус» небольшая, имеет не значительную сумму собственных средств, то любой кредитор, банк подумают, стоит ли такой

<sup>14</sup> Составлено автором на основании проведенного анализа по предприятию ООО «Анабель-Рус»

компании давать кредит на развитие бизнеса. Для того, чтобы наиболее полно убедиться в том, сможет ли компания ООО «Анабель-Рус» получить кредит на развитие бизнеса, имеет ли она какие –то шансы, рассмотрим какими критериями должно обладать предприятие при получении кредита.

В настоящее время, для того чтобы получить кредит на развитие бизнеса, необходимо соблюдение следующих основных условий: наличие ликвидного имущества для залога, достаточно длительное время существования фирмы, доходность компании, обоснование расходования средств, рис.2.13.

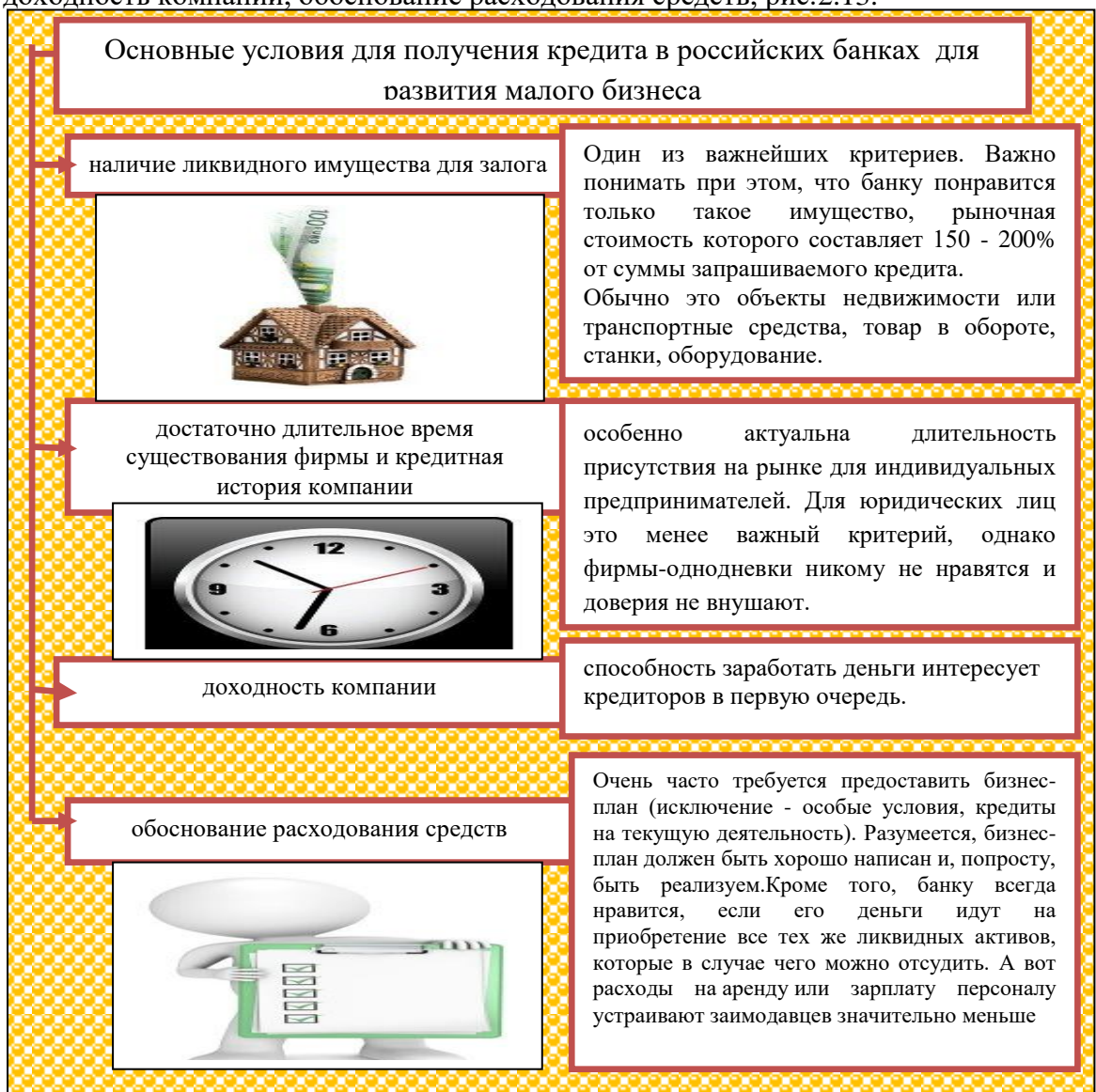


Рис.2.13. Основные условия для получения кредита в российских банках для развития малого бизнеса<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Составлено автором на основании изученных условий кредитования малого бизнеса в России.

Рассмотрим, имеет ли возможность компания ООО «Анабель-Рус» получить кредит на развитие бизнеса, рис.2.14.

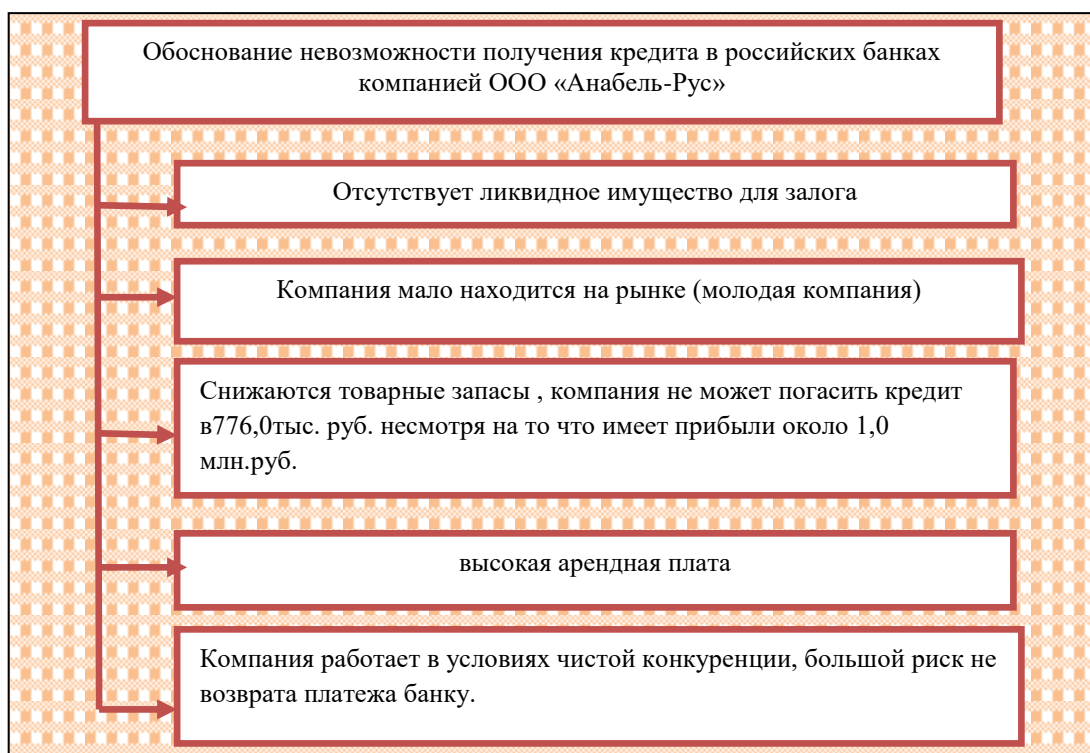


Рис.2.14.Обоснование невозможности получения кредита в российских банках компанией ООО «Анабель-Рус»<sup>16</sup>

Таким образом, компания ООО «Анабель-Рус» к несчастью не имеет ликвидного имущества для залога, кроме этого на рынке она находится сравнительно недавно, несмотря на то, что показатели прибыльности находятся в плюсе, компания, имея кредит в 776,0 тыс. руб. пока не может рассчитаться по долгам. Хотя можно сказать, что прибыль компании позволяет рассчитаться с таким долгом в течении 1-2 лет. По всей вероятности финансовые ресурсы направляются на развитие бизнеса. Но странный факт- товарные запасы у компании также снижаются. Напрашивается вопрос: куда уходят деньги компании. Возможно, что определенная часть денег идет не на развитие предприятия, а уходит из оборота. Таким образом, при таких условиях существования на рынке, компания ООО «Анабель-Рус» вряд ли с легкостью сможет рассчитывать на финансирование, однако, если рассмотреть подробно условия кредитования различных банков, можно

<sup>16</sup> Составлено автором .

будет выбрать наиболее удобный банк, с невысокими процентными ставками по кредитам, на более выгодных условиях. Но для того, чтобы привлечь какой-либо банк для финансирования малого предприятия ООО «Анабель-Рус», необходимо проводить более подробный анализ выдачи кредитов для малого бизнеса по всем наиболее известным банкам. Однако, проблема не в том, чтобы найти банк для кредитования, а в том, что кредит - нужно отдавать. А так как компания ООО «Анабель-Рус»- работает в условиях чистой конкуренции, таких компаний , как уже было описано выше, на рынке- тысячи. И сегодня эта компания живет и процветает, а завтра- уходит с рынка. Поэтому, целесообразно для данного предприятия совершенствовать свою деятельность за счет: покупки франшизы или же за счет наиболее эффективного развития бизнеса, рис.2.15.

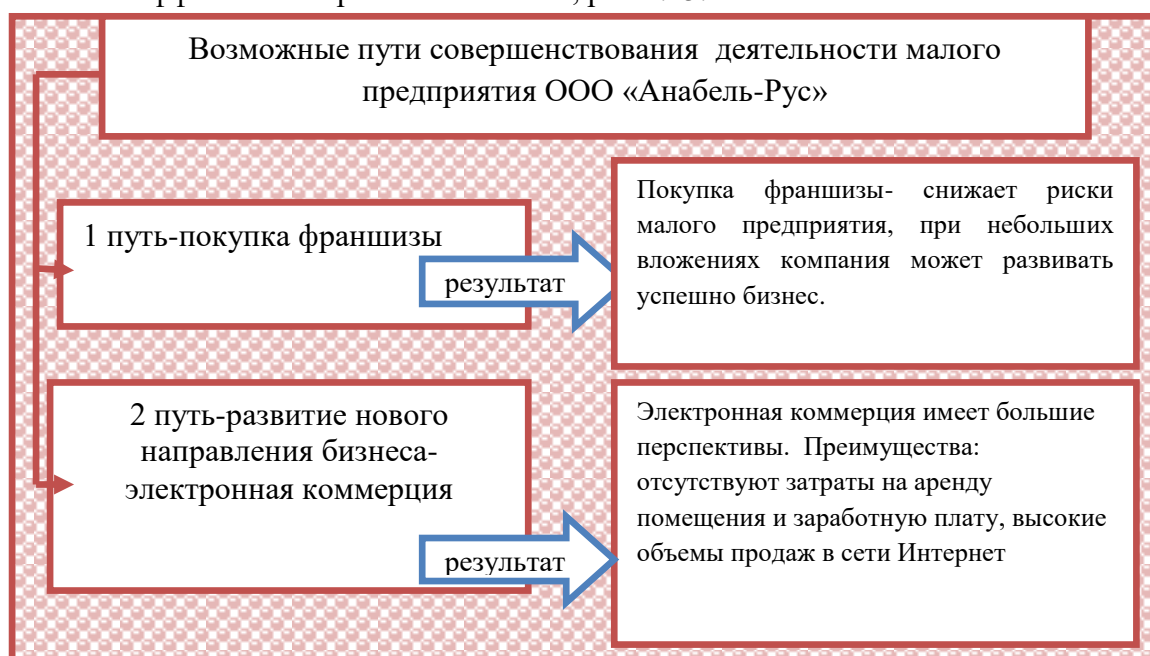


Рис. 2.15. Возможные пути совершенствования деятельности малого предприятия ООО «Анабель-Рус» за счет эффективной системы управления финансами.

Наилучшим вариантом развития бизнеса для компании ООО «Анабель-Рус» может являться –развитие не оффлайн торговли, а онлайн торговли, т.е. развитие бизнеса в сети Интернет(электронная коммерция). Онлайн торговля имеет множество преимуществ перед оффлайн торговлей, в частности снижаются затраты на аренду помещения, снижаются затраты на оплату труда работникам предприятия и многое другое. Рассмотрим подробнее сущность франшизы и обоснуем ее необходимость для предприятия ООО «Анабель-Рус», а также рассмотрим

необходимость развития малого предприятия ООО «Анабель-Рус» с помощью онлайн торговли (электронная коммерция).

В настоящее время существует множество определений франчайзинга. В частности, франчайзинг - это организация бизнеса, в которой компания (франчайзер) передает независимому человеку или компании (франчайзи) право на продажу продукта или услуги от имени этой компании. Франчайзи обязуется продавать этот продукт или услугу по заранее определенным законам и правилам ведения бизнеса, которые устанавливает франчайзер. Другими словами, франчайзинг - это «аренда» товарного знака или коммерческого обозначения<sup>17</sup>, рис.2.16.

В российском законодательстве термин «франчайзинг» не закреплен, применительно к правоотношениям в области франчайзинга в Гражданском кодексе РФ применяется понятие «Коммерческая концессия», а франшиза именуется как "Договор коммерческой концессии". Коммерческая концессия – это вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передаёт другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения. Таким образом, сторонами франчайзинговой сделки являются- франчайзер (правообладатель) и франчайзи. Первая сторона - франчайзер (правообладатель) - является владельцем исключительных прав: товарного знака, фирменного стиля, патента, идеи, авторского права. Он предлагает продать партнеру (франчайзи) право на использование своей торговой марки, обучение, использование своих технологий, а также распространение своих товаров. Вторая сторона – франчайзи - юридическое лицо, стремящееся создать собственное предприятие на основе рентабельной формулы бизнеса. Франчайзи осуществляет свою деятельность под товарным знаком франчайзера, использует его репутацию на рынке и по своему стилю идентифицируется с франчайзером. За пользование правами франчайзера и оказываемую поддержку франчайзи производит определенные платежи.

В основе построения системы франчайзинга лежит соглашение (договор), в соответствии с которым одно лицо (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) в обмен на вознаграждение право использовать принадлежащие

---

<sup>17</sup> Земляков Д.Н. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса, М. 2012 г.



Рис.2.16. Понятие франчайзинга и стороны франчайзинговой сделки<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Составлено автором на основании литературных источников

франчайзеру права на интеллектуальную собственность (товарные знаки, технологии и т.д.). И франчайзерами, и франчайзи являются зарегистрированные в соответствии с правом той или иной страны субъекты рынка. В зависимости от направления деятельности можно выделить следующие виды франчайзинга: товарный, производственный, сервисный (франчайзинг услуг), деловой. Франчайзинг имеет как свои преимущества, так и недостатки, рис.2.17,2.18 (прил.Ж). Моделируя систему франчайзинга необходимо исходить из интересов сторон, которыми они естественно будут руководствоваться в своей деятельности. В рамках ограниченного объема работы не представляется возможным подробно рассмотреть сущность франчайзинга, однако основные моменты, преимущества и недостатки были рассмотрены выше.

Еще одним путем совершенствования финансирования малого предприятия ООО «Анабель-Рус», как уже было описано выше, является развитие нового направления бизнеса- электронная коммерция . Обоснуем необходимость развития малого предприятия ООО «Анабель-Рус» по этому направлению.

Реализация товаров и услуг в сети Интернет по- другому называется- электронная коммерция. Это один из элементов электронного бизнеса, который связан с выполнением функций маркетинга, включая продажу товаров и услуг через Интернет потребителю. Другими словами, электронная коммерция (e-commerce)- это осуществление продаж и закупок электронными средствами.<sup>19</sup> Электронная коммерция имеет как преимущества так и недостатки. Так, в частности преимуществами для организаций являются: глобальный масштаб, сокращение издержек, улучшение цепочек поставок, бизнес всегда открыт (круглосуточно), персонализация, быстрый вывод товара на рынок, низкая стоимость распространения цифровых продуктов. Для потребителей к преимуществам электронной коммерции можно отнести: большой выбор товаров и услуг, персонализация, более дешевые продукты и услуги, оперативная доставка, электронная социализация, рис.2.19 (прил.Ж).

Основными группами товаров, реализуемые электронной розничной торговлей, являются: книги, газеты, журналы, компьютеры и комплектующие,

---

<sup>19</sup> Успенский И. Энциклопедия Интернет- бизнеса. СПб.: Питер, 2012г.



подарки и сувениры, билеты на культурные мероприятия, товары для женщин и детей, мобильные телефоны, спортивные товары, бытовая техника, мебель и товары для дома, музыка, видео, автомобили, запчасти и другое, табл. 2.5.

Таблица 2.5

Основные группы товаров, приобретаемых в сети Интернет

№ п/п	Группы товаров	№ п/п	Группы товаров
1	Книги, газеты, журналы	7	Компьютеры и комплектующие
2	Подарки и сувениры	8	Билеты на культурные мероприятия
3	Товары для женщин и детей	9	Мобильные телефоны
4	Спортивные товары	10	Бытовая техника
5	Мебель и товары для дома	11	Музыка, видео
6	Автомобили, запчасти	12	Другое

Бесспорным лидером интернет- торговли является электроника, бытовая техника и электронные билеты, эти категории товаров тянут за собой весь онлайн-рынок<sup>20</sup>, рис. 2.20.

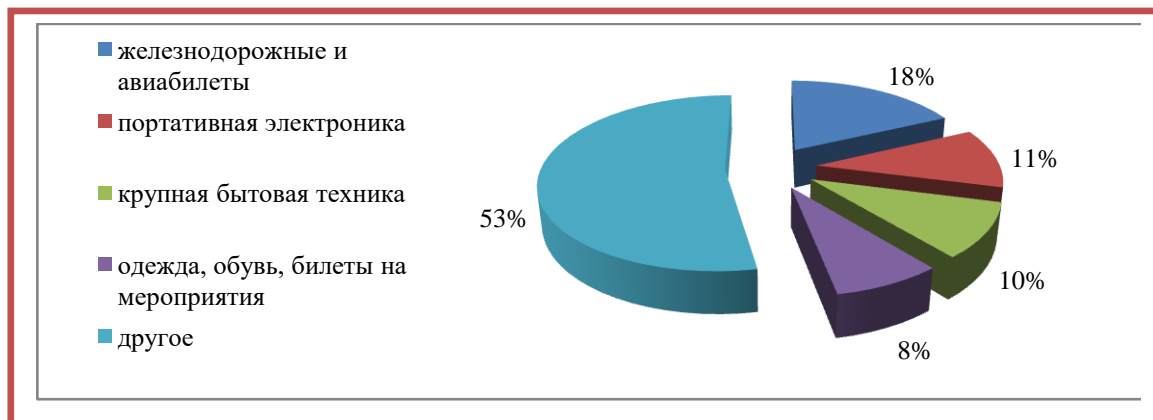


Рис.2.20.Предпочтения российских потребителей в приобретении товаров и услуг, через Интернет (по данным 2011 г.)<sup>21</sup>.

Таким образом, данные рис.2.20 показывают, что российские потребители чаще всего в интернете покупают железнодорожные и авиабилеты, у этой категории 18% от всего объёма рынка интернет- торговли, 11% у портативной электроники и 10% у крупной бытовой техники. Стоит отметить и то, что такие категории как «одежда и обувь» и «билеты на мероприятия», которым сейчас достаётся по 8%

<sup>20</sup> Электронный рынок растёт [электронная версия] Дата публикации: 31.01.2013.  
<http://predprinimatel.ru>

<sup>21</sup> Составлено автором на основании Интернет-источников.

электронного рынка, достигли этого значения с нулевого показателя всего за пару последних лет. В 2012 г. объем электронного рынка в России составил 12 млрд. долл., а это 1,9% от общего объема розницы, рис. 2.21.

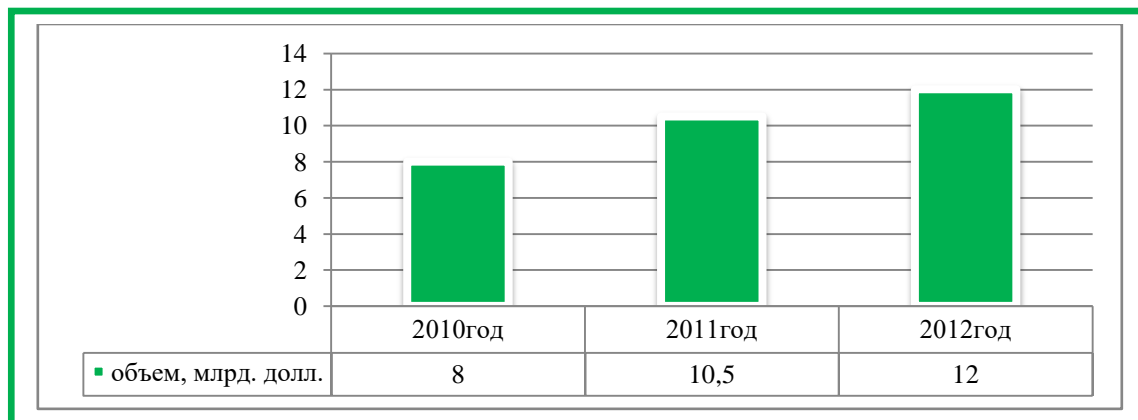


Рис.2.21.Емкость российского рынка электронной коммерции с 2010-2012 г.г<sup>22</sup>.

Несмотря на то, что рынок электронной коммерции в России стремительно развивается и на сегодняшний день занимает 1,9% доли от общего объема розничных продаж, тем не менее российский рынок интернет- продаж еще существенно отстает от других стран мира. Так, в частности в США доля продаж через интернет составляет 6,4%, Великобритании этот показатель достигает 10%, в Китае 6%, в среднем по странам ЕС этот показатель составляет 5,7 %<sup>23</sup>, рис.2.22.

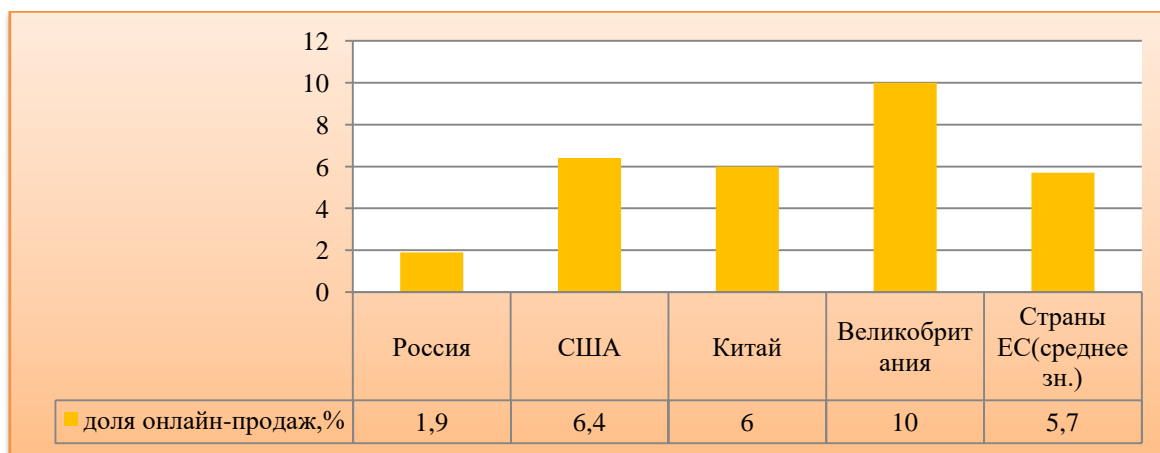


Рис.2.22. Динамика доли онлайн- продаж в общей структуре розничного оборота по странам(на 2012 г.)

<sup>22</sup>Развитие электронного рынка в России в ближайшие годы. [электронная версия] Дата публикации: 10.01.2013. <http://predprinatel.ru>

<sup>23</sup> Развитие электронного рынка в России в ближайшие годы. [электронная версия] Дата публикации: 10.01.2013. <http://predprinatel.ru>

Эксперты заявляют и о том, что российский рынок электронной коммерции в ближайшие несколько лет должен стать одним из самых перспективных и динамично развивающихся рынков во всём мире.

Электронная коммерция в зарубежных странах существенно отличается от российской коммерции. Так, в частности основными преимуществами зарубежных интернет-магазинов являются: широчайший выбор товаров и возможность купить оригинальные фирменные вещи; доступные цены и реальные распродажи, позволяющие экономить до 70-80%; шоппинг в удобной обстановке не выходя из дома; возможность сравнить цены в различных магазинах в течение нескольких минут; отсутствие географических ограничений - доступ к магазинам всего мира; отсутствие временных ограничений: 24 часа в сутки 7 дней в неделю, табл. 2.6(прил.Ж).

Все больше и больше людей в зарубежных странах предпочитают приобретать товары через Интернет. Так, в частности в среднем по странам ЕС (27 стран) по состоянию на 2011 г. 34% населения сделали покупки товаров и услуг через Интернет, тогда как в 2009-2010 г.г. этот показатель составил 28% и 31% соответственно, рис. 2.23. Для сравнения этот показатель с США составляет 53%.

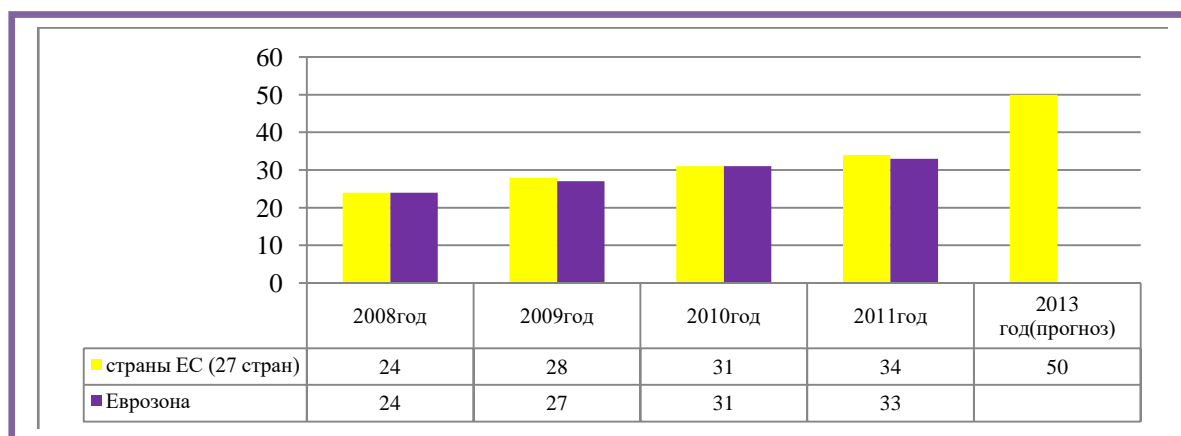


Рис.2.23.Процент людей, совершивших покупки через Интернет в странах ЕС и Еврозоне.

Если рассматривать все страны Евро зоны, то процент здесь будет чуть меньше–33%<sup>24</sup>. Семёрку лидеров здесь занимают такие страны, как Великобритания, Дания, Норвегия, Германия, Нидерланды, Швеция и

<sup>24</sup> Статистическая база Европейского Союза[электронная версия]//Ресурсы:[[epp.eurostat.ec.europa.eu](http://epp.eurostat.ec.europa.eu)]

Люксембург. Здесь на 2011 год больше 50% пользователей интернета совершают покупки прямо в сети, рис.2.24.

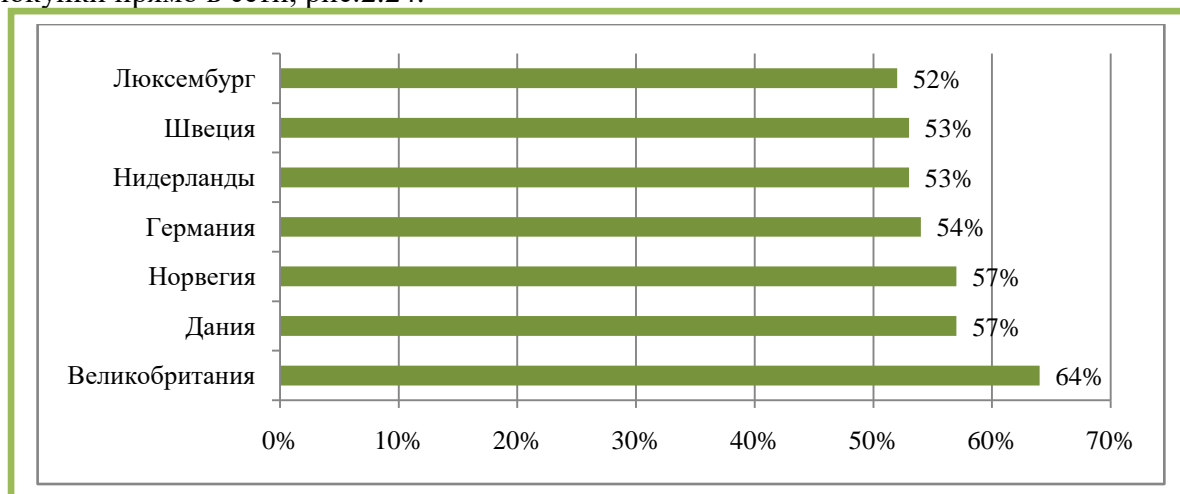


Рис.2.24. Процент людей, совершивших покупки через Интернет по странам Еврозоны в 2011 г.

Рассмотрим объемы продаж в сети интернет в зарубежных странах. Наибольший объем интернет –торговли в мире приходится на США, так по данным на 2011 г. оборот электронной торговли составлял 202 млрд. долл. США., при этом по отношению к предыдущему периоду прирост составил 15%. В Великобритании и Франции объем от интернет- продаж составил 80 и 50 млрд. долл. США соответственно. По другим странам: Россия, Бразилия, Италия – годовой оборот электронной коммерции составляет в среднем 10-11 млрд. долл. США, рис. 1.13. Несмотря на то, что в Бразилии объем электронной коммерции не настолько велик по сравнению с другими странами, но наблюдается существенный прирост оборота, который составил 37% по отношению к показателю 2010 г., рис. 2.25.



Рис. 2.25. Динамика развития интернет- торговли в мире в 2011 г.<sup>25</sup>

<sup>25</sup>Динамика развития интернет- торговли в мире. [электронная версия].//<http://predprinimatel.ru>

Согласно прогнозам Morgan Stanley к 2015 году рынок электронной коммерции в России вырастет до 36 миллиардов долларов, что составит 4,5% от всего розничного оффлайн оборота, а к 2020 году интернет-рынок достигнет объёма в 72 миллиарда долларов и 7% от всего розничного товарооборота<sup>26</sup>, рис. 2.26-2.27.

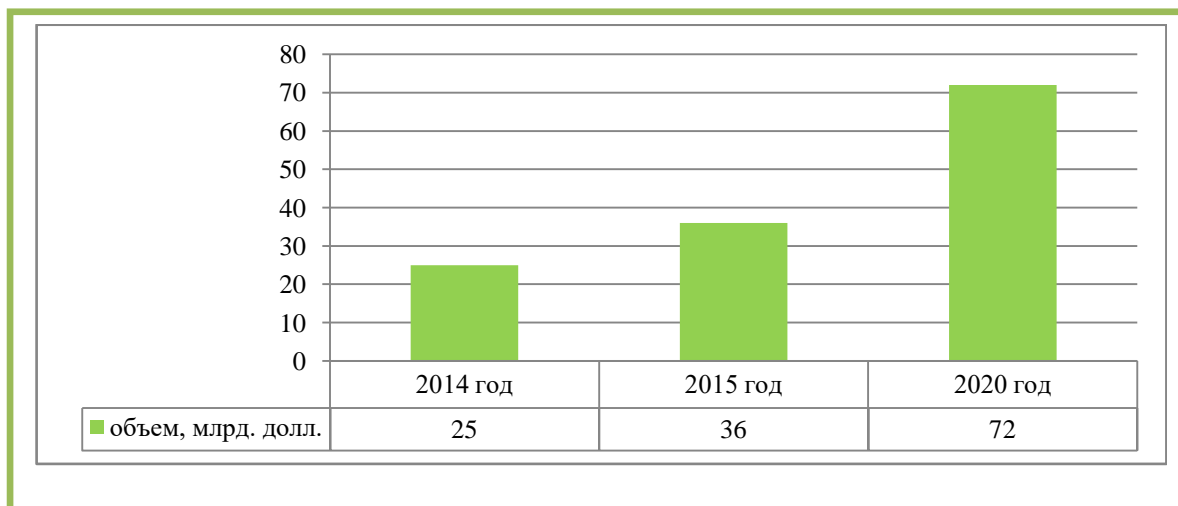


Рис.2.26. Потенциал рынка электронной коммерции в России с 2014-2020 г.г.

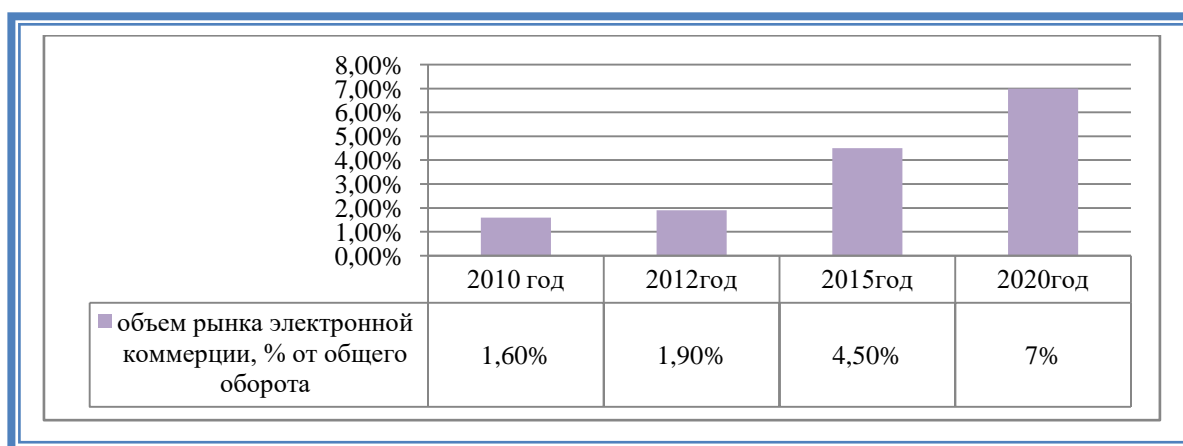


Рис.2.27. Потенциал рынка электронной коммерции в России с 2014-2020 г.г.

На рост российского рынка электронной коммерции во многом повлияет и увеличение количества пользователей интернета, так, например, сейчас в России 53 миллиона человек пользуются сетью интернет, а к 2015 году их количество вырастет до 87 миллионов; а также из-за смены предпочтений российских покупателей, которые будут перебираться из оффлайна в онлайн.

При этом хочется заметить, что по данным агентства Invesp.com, в 2011 году объем продаж в сфере электронной коммерции в мире составил 680,6 млрд. долларов

<sup>26</sup> Развитие электронного рынка в России в ближайшие годы. [электронная версия] Дата публикации: 10.01.2013. <http://predprinimatel.ru>

США. По прогнозам этого агентства, данная сумма будет только расти, и к 2015 году достигнет отметки в 1,5 трлн. долларов США<sup>27</sup>, рис. 2.28.

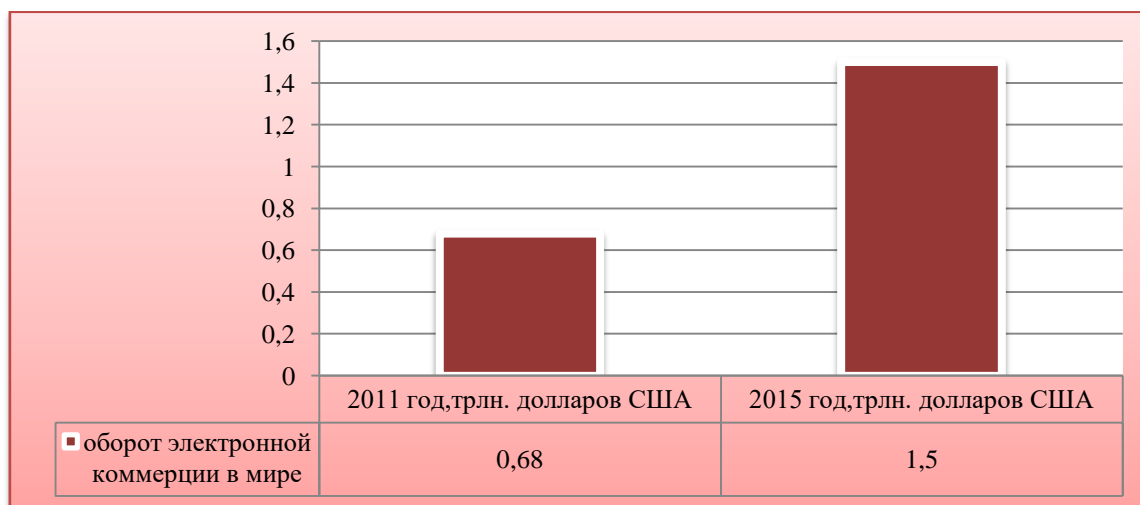


Рис.2.28. Емкость и потенциал рынка электронной коммерции в мире с 2011-2015 г.г.

Таким образом, рынок электронной коммерции- это динамично развивающаяся отрасль как в России, так и в зарубежных странах. Россия пока еще отстает от других стран по объемам торгов в сети Интернет, но, тем не менее прогнозы развития рынка достаточно оптимистичные. Следовательно, реализация товаров и развитие предприятия ООО «Анабель-Рус» на рынке электронной коммерции - является одним из лучших способов увеличения товарооборота, снижения затрат на аренду помещений и заработную плату, тем самым повышая показатели прибыльности компании.

Подведя итог вышеизложенному, можно сделать вывод, что для малого предприятия ООО «Анабель-Рус» получение кредитов для развития бизнеса- не является самым лучшим способом финансирования, в связи с тем, что существуют определенные требования у банков для заемщиков. Компания работает в условиях чистой конкуренции, что также является достаточно рискованным, так как компаний однодневок на рынке более чем достаточно и нет никакой гарантии, что малое предприятие ООО «Анабель-Рус», которое не имеет в собственности никакого имущества, платит арендную плату, сможет продержаться долгое время на рынке. В

<sup>27</sup> «Состояние электронной коммерции в мире» [электронная версия]//www. E-reperg. ru 24 июля 2011г.

связи с этим для анализируемого предприятия были выбраны два пути финансирования, в частности первый путь- это покупка франшизы, второй путь- развитие нового направления бизнеса- электронная коммерция, которая позволит компании снизить затраты на аренду помещения, заработную плату работникам предприятия и другие виды затрат. Для того, чтобы наиболее полно рассмотреть мероприятия, направленные на совершенствование финансирования малого предприятия ООО «Анабель-Рус», необходимо перейти к следующей части исследования.