

должником (не менее трех месяцев) и наличие судебного решения о взыскании указанной задолженности.

По отношению к строительным организациям данные условия не могут быть применимы, так как они не учитывают ряд особенностей строительной деятельности.

Во-первых, установленный срок в три месяца для удовлетворения обязательств юридического лица применительно к строительству мал. Это объясняется тем, что подрядная организация осуществляет свою деятельность преимущественно за собственные средства, оплата услуг производится после сдачи работ. Строительные работы капиталоемкие и их осуществление занимает продолжительный период времени. Возможна ситуация при которой крупная строительная организация, имеющая стабильную прибыль и хорошую рентабельность, будет выполнять большое количество работ и в определенный момент времени в течение установленного срока не сможет выполнять своих обязательств перед кредиторами.

Во-вторых, как и в ситуации со сроком, лимит в 100000 рублей не учитывает особенностей отрасли и масштабов организации.

В-третьих, можно выделить несовершенство регулирования процедуры банкротства в отношении долевого строительства. Учитывая, что при осуществлении долевого строительства организация-застройщик привлекает денежные средства граждан-участников долевого строительства, велика социальная значимость вопроса. Исходя из этого, требования к застройщику должны быть повышенными. Требуется проводить анализ динамики финансовых показателей (устойчивости, ликвидности) предприятия. Необходимо установить требования к руководителям этих организаций (уровню профессиональной подготовки, опыту работы, порядку их назначения)

В-четвертых, банкротство в судебной практике преимущественно является ликвидационной процедурой, что несопоставимо по задачам и целям со строительной деятельностью. Исходя из этого, при проведении процедуры банкротства строительных организаций должны быть применены все возможные меры для восстановления платежеспособности предприятия и продолжения его деятельности.

Важно помнить, что при наличии признаков несостоятельности должник составляет заявление и в определенные сроки подает в суд. Для того чтобы признать неплатежеспособность, необходимо иметь множество фактов и оснований для этого. Следует учесть правила рассмотрения заявления, принимается во внимание возможность или невозможность обжалования судебного решения.

В законе «О несостоятельности (банкротстве)» (далее – закон) п. 3 ст. 201.1 имеются положения, где указывается, что должником может быть застройщик. Перед тем как приступить к рассмотрению дела о банкротстве, данный гражданин сам должен признать факт несостоятельности и наличие большого количества долгов.

В обязательном порядке рассмотрением дела занимается уполномоченный управляющий, также участвует конкурсный кредитор. В соответствии с нормой АПК РФ и ст. 127 закона, в результате принятия документа о признании банкротства арбитражный суд обязан вынести решение о подготовке дела к судебному процессу. Банкротство застройщика подразумевает привлечение всех ответственных лиц.

Подводя итог, можно сказать, что на данном этапе необходимо изменение, корректировка законодательства, регулирующего процедуру банкротства: повышение требований к организациям – застройщи-

кам долевым объектам, направленность на восстановление деятельности предприятий банкротов, увеличение суммы допустимой задолженности и сроков, с учетом масштабов организации.

Список литературы

1. Бекирова О.Н. Модель управления устойчивостью предприятия / О.Н. Бекирова, П.Н. Курочка / в сборнике: XII ВСЕРОССИЙСКОЕ СОВЕЩАНИЕ ПО ПРОБЛЕМАМ УПРАВЛЕНИЯ ВСПУ-2014 Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, Москва, Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, 2014. С. 5251-5257.

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЯ ДЛЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Бекирова О.Н., Агафонова М.С., Плетнев А.А.

Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, Воронеж, Россия, ry0113@yandex.ru

В настоящее время предпринимательство является распространенным видом деятельности. При этом значительную часть частных предприятий составляют мелкие фирмы благодаря более простой процедуре создания и меньшему количеству необходимых сотрудников. Однако малое предпринимательство имеет и другие отличительные черты. Следовательно, для обеспечения эффективного функционирования организации руководителю необходимо заранее тщательно изучить особенности малых предприятий. И впоследствии учесть их при разработке бизнес плана, преобразовав отличительные черты деятельности мелких фирм в особенности бизнес планирования для малого предпринимательства.

В условиях глобальных изменений в производственных и информационных технологиях, широкого использования на практике достижений науки и позитивного накопленного опыта материальные активы образуют лишь видимую, относительно небольшую часть достояния предприятия. Основными ресурсами развития во все большей мере становятся люди и знания, которыми они обладают, интеллектуальный капитал и растущая профессиональная компетенция кадров.

Первой особенностью бизнес планирования на малом предприятии является ограниченность человеческих ресурсов. Руководитель вынужден держать их в определенных рамках.

Отношения с поставщиками порождают вторую особенность бизнес планирования на малом предприятии. Если перед крупными и солидными фирмами поставщики стараются вовремя выполнить свои договорные обязательства, чтобы продолжить выгодное сотрудничество, то с мелкими организациями отношения другие. Поставщик может предоставить продукцию позже назначенного срока, или вообще не выполнить своих обязательств по договору.

Из понятия «малое предпринимательство» вытекает третья особенность бизнес планирования – ограниченность финансовых ресурсов.

Малые фирмы имеют небольшие резервы и поэтому чрезвычайно чувствительны ко всем изменениям в экономике. Поэтому при бизнес планировании необходимо предусмотреть возможность быстрого перефилирования компании. Для малых предприятий, в силу их организационной мобильности, это не создаёт особых проблем, тогда как большим фирмам труднее менять свой уклад, технологию, оборудование.

Применение методов бизнес-планирования, охватывающие практически весь спектр менеджмента, упорядочивает и систематизирует процесс принятия решений. В самой технологии бизнес-планирования заложен механизм поиска оптимального управленческого решения, исходя из возможностей внешней и потенциала внутренней среды предприятия. В наи-

большей мере, бизнес-планирование необходимо малым и средним предприятиям, работающим в условиях высокой неопределенности и имеющим меньший допуск на ошибку.

Бизнес-план, являясь формой краткосрочного планирования компании, выполняет функцию обязательного документа, подлежащего предъявлению кредитным организациям, и во многом обеспечивает положительное решение кредитора о финансировании инновационных проектов. Как показывает практика многих компаний, убедительно и правильно составленный бизнес-план на 90 % гарантирует получение необходимого кредита.

Обобщая все вышесказанное, следует отметить, что особое внимание предприниматель должен уделить таким особенностям малого бизнеса, как ограниченность финансовых и человеческих ресурсов. Необходимо заранее найти надежный источник финансирования. Важно разработать стратегию поиска персонала. Кроме того, владелец малого бизнеса должен сконцентрироваться на поиске добросовестных контрагентов, честно выполняющих свои обязанности. Изменения состояния экономики и рыночной конъюнктуры, несомненно, важны, но они не создают предпринимателю больших проблем благодаря высокой организационной мобильности малых предприятий.

Список литературы

1. Бекирова О.Н. Бизнес-планирование / О.Н. Бекирова, С.А. Баркалов, М.Л. Бурлаков // Министерство образования и науки РФ, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева. Нижний Новгород, 2010.
2. Кузнецова Е.В., Агафонова М.С. Особенности развития предпринимательства в России // Успехи современного естествознания. 2012. № 4. С. 136-137.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бекирова О.Н., Агафонова М.С., Кузнецова К.С.
Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, Воронеж, Россия,
ss0113@yandex.ru

Повышение конкурентоспособности предприятия является ключевым направлением деятельности любого предприятия, потому что не существует отрасли, в которой не было бы конкурентов (за редким исключением). И от этого показателя зависит успех или провал предприятия.

В настоящее время существуют разные методы определения конкурентоспособности, а, исходя из них, и разные методы ее повышения.

Одним из условий повышения конкурентоспособности предприятия является разработка стратегии его развития, которая является одной из основных функций менеджмента, при этом под стратегией понимается образ организационных действий и управляющих подходов, используемых для достижения организационных задач и целей организации по повышению конкурентоспособности предприятия. Можно выделить семь граней проявления стратегического управления как идеи эффективного руководства повышением конкурентоспособности предприятия

В первую очередь она определяется показателями прибыли, но прибыль является абсолютным показателем и зависит от масштабов предприятия (объемов производства).

Наряду с прибылью существуют такие показатели, как: объемы продаж (во всех выражениях), загрузка производственных мощностей, объем и направление капитальных вложений и многие другие. Но в полной мере уровень конкурентоспособности отражает рен-

табельность, которая показывает прибыльность предприятия в процентах.

Для каждой отрасли уровень рентабельности имеет свои средние значения. Чтобы предприятие занимало большую долю рынка, необходимо, чтобы его рентабельность была не ниже среднеотраслевой.

Существует несколько показателей рентабельности, но самыми уместными для оценки конкурентоспособности являются: рентабельность реализованной продукции (ROM - на его основе можно выявить увеличение (уменьшение) спроса на продукцию) и рентабельность активов (ROA - чтобы реализовать товары недостаточно расходов на их приобретение, необходимо понести полный комплекс затрат, который отражает актив баланса).

Для примера рассчитаем рентабельность действующего ООО «162 КЖИ» по состоянию на 2013 год, получаем: ROM=2,24 %. ROA = 4,18 %. Среднеотраслевой показатель ROM на аналогичный период в Воронежской области - 4,38 %, ROA - 3,91 %.

При сравнении видно, что показатель рентабельности активов превышает уровень регионального показателя на 0,29 %, что говорит о том, что предприятие может составить достойную конкуренцию в Воронежской области, но при этом рентабельность реализованной продукции почти на 50 % ниже среднеотраслевого.

Для того чтобы увеличить показатель рентабельности, а, следовательно, и уровень конкурентоспособности предприятия, следует увеличить прибыль или снизить стоимость реализованной продукции.

Так как стоимость реализованной продукции является выручкой, а прибыль равна разнице между выручкой и затратами, то есть себестоимостью продукции, то для улучшения конкуренции предприятий необходимо снижать себестоимость, не снижая качества продукции, потому что оно также влияет на уровень рентабельности. Снижать себестоимость лучше всего за счет сокращения постоянных затрат на единицу продукции, то есть увеличивать объем производства, не повышая при этом цену на продукцию.

Таким образом, управление повышением конкурентоспособности предприятия - это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал высокомотивированных сотрудников как основу организации; стремится к всестороннему развитию отношений с потребителями с целью удовлетворения его потребностей за счет производства продукции и предоставления услуг, близких к идеалу; осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности позволяет организации выживать и достигать своей цели в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Единая межведомственная информационно-статистическая система: [Электронный ресурс] . URL: <http://www.fedstat.ru/>
2. Агафонова М.С., Носкова А.А. Развитие финансового менеджмента как способ повышения конкурентоспособности фирм // Современные наукоемкие технологии. 2014. № 7-2. С. 132а.
3. Бекирова О.Н. Модели оценки конкурентоспособности предприятий строительной сферы / автореферат дис. ... к.э.н. :08.00.13 / Мос. гос. Ун-т эк-ки, ста-ки и инф-ки (МЭСИ). Москва, 2014.

СПЕЦИФИКА РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Лихачева Т.Г., Агафонова М.С., Родионова Н.С.
Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, Воронеж, Россия,
bd0113@yandex.ru

В современном мире понятие «менеджмент» стало играть огромную роль. Это одно из условий успеш-