

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

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/10313>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Экономика предприятия

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

Глава 1. Теоретико-методологические аспекты совершенствования коммерческой деятельности организаций 8

1.1 Основные направления развития деятельности современных коммерческой организаций 8

1.2 Методы и инструменты совершенствования деятельности коммерческой организаций 11

1.3 Роль бизнес-планирования в коммерческой деятельности предприятия 23

Глава 2. Анализ показателей экономической деятельности ООО «Стройматериалы» 30

2.1 Общая характеристика предприятия ООО «Стройматериалы» 30

2.2 Анализ финансово-экономических показателей ООО магазин «Стройматериалы» 32

Глава 3. Разработка бизнес-плана по повышению эффективности функционирования ООО «Стройматериалы» 57

3.1 Резюме проекта по совершенствованию деятельности ООО «Стройматериалы» 57

3.2 Организационный план 58

3.3 Производственный план 61

3.4 Маркетинговый план 65

3.5 Финансовый план 71

3.6 Оценка рисков 74

Заключение 75

Список использованной литературы 78

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Стабилизация и оживление российской экономики непосредственным образом связаны с развитием предпринимательства. Последнее может рассматриваться как приносящая доход репродуктивная деятельность в сфере организации, производства, распределения и реализации товаров и услуг, основанная на принципах постоянной инициативы и новаторства, ориентации на нововведения для удовлетворения меняющихся нужд и потребностей общества.

Содержание предпринимательства, границы его осуществления тесно связаны с формами и видами предпринимательской деятельности. Розничная торговля как вид предпринимательства имеет свою характерную специфику и заключается в продаже товаров или услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования.

Бизнес предприятий розничной торговли, как представителей коммерческой сферы экономики, в совокупности является одним из крупнейших не только в России, но и в мире, что определяет существование жесткой конкуренции между розничными фирмами в условиях стремительно меняющейся среды насыщенного товарами рынка. Данные факторы обуславливают возникновение серьезных трудностей при принятии предпринимательских решений, ориентированных на усиление позиций предприятия розничной торговли на рынке.

Анализ сложившихся теоретических основ предпринимательства показал, что предпринимательская деятельность в области осуществления посреднических функций по продвижению товара от производителя к потребителю как объект исследования является детально проработанной отечественной и зарубежной наукой в плане выработки методологических и методических принципов по ее осуществлению. Однако фактор эволюционного развития и усложнения экономических отношений, ускорения всех процессов в экономике, ее глобализация требует выявления и детального изучения современных механизмов организации предпринимательской деятельности в розничной торговле.

Поскольку российский рынок находится в стадии становления, и рыночная инфраструктура малого

предпринимательства характеризуется как слабо развитая выделенная в рамках данного исследования таких сравнительно новых и мало изученных механизмов предпринимательской деятельности в розничной торговле как франчайзинг и мерчендайзинг является обусловленным вследствие их направленности именно на решение указанных проблем.

Розничная торговля, являясь предпринимательской деятельностью, строится на бизнес-коммуникациях – системе связей и отношений между субъектами рынка в процессе их деятельности. Коммуникации субъектов рынка, рассматриваемые в пространстве во времени через призму рыночных отношений, могут быть представлены в виде сети. Такая сеть представляет собой графическое отображение реальных отношений субъектов рынка по поводу купли-продажи товара или услуги и может быть названа коммуникативной сетью. Коммуникативные сети – основа или структура всех видов сетей. Сети возникают лишь тогда, когда существуют более или менее устойчивые отношения между элементами системы. На основе первичных коммуникаций строятся все дальнейшие взаимоотношения, приводящие к возникновению сетевых структур.

Предпринимательская структура (предприятие), являясь субъектом коммуникационной сети, чутко реагирует на малейшие изменения в ней, поскольку данные изменения моментально сказываются на эффекте от ее деятельности, востребованности данной компании, притягивая ее в центр экономического сотрудничества или отбрасывая на периферию. Усиление конкуренции в сфере розничной торговли, насыщение рынка товарами, заставляет компании пускаться в оборот значительные материальные и интеллектуальные ресурсы для создания уникальных товаров и их продвижение.

При этом количественное превосходство данных ресурсов не является гарантом конкурентного преимущества в силу геометрического увеличения взаимосвязей в коммуникационной сети, а значит и факторов, определяющих эффективность предпринимательской деятельности отдельно взятой компании. С одной стороны данное обстоятельство затрудняет анализ экономической ситуации, с другой стороны дает реальный шанс занять приносящую доход нишу на рынке компаниям, которые смогли качественно распорядиться своими ограниченными ресурсами для завоевания предпочтений потребителей. Для того чтобы компания могла добиться желаемых результатов, ей следует концептуально подойти к вопросу построения взаимоотношений с экономической средой.

Бизнес-сети ставят задачи установления оптимальной структуры отношений с точки зрения не только расходов на коммерческие операции, но и с точки зрения экономии на человеческих взаимоотношениях. В системе коммуникаций предприятия в данной диссертационной работе авторами целенаправленно выделено два блока: взаимоотношения продавца с покупателями и взаимоотношения между бизнес-партнерами, поскольку именно качество (уровень развитости) данных связей оказывает значительное влияние на эффективность деятельности предприятия розничной торговли.

Коммуникационный процесс как сущностный элемент розничной деятельности строится на системе механизмов, определяемой широкой совокупностью анализируемых факторов. Поиск механизмов, которые бы позволили сделать предпринимательскую деятельность рентабельной в условиях нестабильной экономической ситуации и жесткой конкуренции продолжается и сегодня, что и определило актуальность темы настоящего исследования.

Переход России к новым формам существования экономических отношений, процесс вступления в глобальную мировую экономику и, как следствие, появление новых источников возникновения рискованных ситуаций, предопределяет необходимость разработки методических рекомендаций построения конкурентоспособного отечественного бизнеса.

Совершенствование коммерческой деятельности организаций является особо актуальной задачей, решение которой выступает важным условием подъема производства. Особое значение имеют разработка и применение новых форм и методов управления, внедрение новых более прогрессивных и производительных технологий, адекватных рыночным условиям.

В современных условиях возможность компании выстоять в конкурентной борьбе и повысить эффективность своей деятельности зависит от ее способности вовремя реагировать на изменение окружающей обстановки (политической, экономической, социальной, экологической), принимать адекватные действия по устранению негативных факторов и усилению своих позиций, а также при возникновении угроз. С этой целью в компаниях разрабатываются планы стратегического развития, охватывающие все направления деятельности.

Бизнес-планирование имеет непосредственное отношение к деятельности предприятия, важность которого заключается, прежде всего, в направленности на поиск оптимального ответа на вопрос: каким образом можно совершенствовать деятельность организаций, результаты экономической деятельности

предприятия берутся за основу составления бизнес плана, включающего в себя план производства, организационный и финансовый план. Конкурентоспособность и эффективность продукции, правильная ценовая политика, результативные меры по продвижению товаров, определение целевой группы потенциальных покупателей, объемы планируемых продаж, рассчитанные на целевую аудиторию, общая емкость рынка – вопросы, которые должны стать определяющими при разработке стратегии маркетинга направленной на повышение эффективности коммерческой деятельности организаций.

Все вышеизложенное обуславливает актуальность избранной темы дипломной работы.

Целью настоящей дипломной работы является: разработка комплекса мероприятий по совершенствованию хозяйственной деятельности ООО «Стройматериалы» посредством бизнес плана, направленного на повышение эффективности функционирования предприятия.

В связи с поставленной целью в работе поставлены следующие задачи:

1. рассмотрение теоретико-методологических аспектов совершенствования деятельности организаций;
2. анализ экономической эффективности использования на исследуемой организации основных фондов, оборотных средств трудовых ресурсов и т.д.;
3. оценка основных конкурентов организации по наиболее важным показателям, характеризующим эффективность сбыта продукции на рынке;
4. анализ финансового состояния организации и результативных показателей его коммерческой деятельности;
5. разработка и оценка организационно-экономических мероприятий направленных на совершенствование деятельности исследуемой организации.

Объектом исследования является ООО «Стройматериалы».

В качестве предмета исследования в работе выступает процесс совершенствования хозяйственной деятельности предприятия на основе разработки бизнес-плана.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

1.1 Основные направления развития деятельности современных коммерческой организаций

В современных условиях конкурентного рынка организация должна развивать свою деятельность и экономический потенциал, так это дает шанс на получение прибыли в будущем.

Развитие деятельности организации подразумевает совершенствование его потенциала. Уровень конкурентоспособности (его позиция на рынке) организация является сводным показателем его потенциала.

Основными направлениями в развитии деятельности предприятия являются :

- во-первых – повышение качества работы на предприятии, повышение уровня обслуживания и квалификации персонала;
- во-вторых – снижение затрат на реализацию, совершенствование методов управления на предприятии;
- в-третьих – способность предприятия вести деятельность согласно запланированным показателям, реализация бизнес проектов которые могут рассматриваться как инструменты совершенствования деятельности предприятия;

Рассмотрим этапы цикла совершенствования деятельности предприятия.

- 1) Описание существующих способов выполнения процессов на предприятии. Определение препятствий мешающих развитию предприятия.
- 2) Описание желаемых способов выполнения процессов на предприятии с привлечением передового опыта. Определение путей преодоления препятствий и изменений в тех процессах, где препятствия не проявляются, но текущая деятельность не соответствует желаемому уровню.
- 3) Обеспечение реализации на предприятии желаемых способов выполнения процессов. Ввод механизмов, обязывающих всех работников следовать выбранному пути развития.
- 4) Накопление статистики по состоянию процессов предприятия и ее анализ. Определение качественных и количественных оценок процессов предприятия, т.е. формирование норм и допустимых отклонений, как для отдельных процессов, так и для всей деятельности предприятия.
- 5) Констатация факта достижения предприятием целей совершенствования при использовании желаемых

способов выполнения процессов, означающее превращение желаемых способов в текущие .
Угрозы и возможности, с которыми сталкивается фирма на пути совершенствования своей деятельности можно выделить в семь областей (:

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть II от 05 августа 2000 г. № 117-ФЗ.
2. Постановление Правительства Москвы от 13 февраля 2001 г. № 139-ПП «Об утверждении положения о проведении обследований при осуществлении лицензирования деятельности по розничной продаже алкогольной продукции».
3. Федеральный Закон от 07 января 1999 г. № 18-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции».
4. Федеральный закон от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ “О несостоятельности (банкротстве)” (в ред. от 13.07.2015).
5. Балашов, А.П. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов.. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. - 288 с.
6. Баронин, С.А. Основы менеджмента, планирования и контроллинга в недвижимости: Учебное пособие / С.А. Баронин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 160 с.
7. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям: «Экономика» и «Менеджмент»/ [В.З. Черняк и др.]: Под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 591 с.
8. Бланк, И.А. Основы финансового менеджмента. В 2-х т. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. - М.: Омега-Л, Эльга, 2012. - 1330с.
9. Бобков Л.В. Бизнес-планирование: учебник. - М.: Вузовский учебник, 2013.- 325 с.
10. Богомолова В.А. Стратегическое бизнес-планирование на полиграфических предприятиях: монография/ В.А. Богомолова, О.А. Субботина. - М.: МГУП, 2010. - 186 с.
11. Бринк И.Ю. Бизнес-план предприятия. Теория и практика. / И.Ю. Бринк, Н.А. Савельева. - Ростов-на-Дону, 2010. - 378 с.
12. Буров В.П., Ломакин А.Л., Морозкин В.А. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 192 с.
13. Векслер Л.Б. Бизнес-планирование: учебное пособие. - Норильск: Норильский индустриальный ин-т, 2013. - 367 с.
14. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2016. - 320 с.
15. Володько, В. Ф. Основы менеджмента: учебное пособие / В. Ф. Володько. - Минск: Адукацыя і выхаванне, 2010. - 303 с.
16. Воропаев, С. Н. Менеджмент: учебное пособие / С. Н. Воропаев, В. Д. Ермохин; Международная ассоциация "Агрообразование". - Москва : КолосС, 2007. - 246 с.
17. Всеобщая история менеджмента: учебное пособие / [И. И. Мазур и др.]. - Москва: Елима, 2007. - 776 с.
18. Глухов, В. В. Менеджмент: для экономических специальностей / В. В. Глухов. - Санкт-Петербург: Питер Пресс, 2009. - 600 с.
19. Головань С.И. Бизнес-планирование: Учеб. пособие.- Ростов-на-Дону: Феникс, 2010.- 320с.
20. Гончаров, В. И. Менеджмент: учебное пособие / В. И. Гончаров. - Минск : Современная школа, 2010. - 635 с.
21. Горемыкин В.А. Бизнес-план. Методика разработки. 45 реальных образцов бизнес-плана. - М.: «Ось-89», 2010. - 864 с.
22. Горемыкин В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана. - 6-е изд. , перераб. и доп. - М.: «Ось-89», 2011. - 592 с.
23. Дафт, Ричард Л. Менеджмент: [перевод с английского] / Л. Дафт. - Санкт-Петербург : Питер; Питер Пресс, 2008. - 863 с.
24. Егоршин, А.П. Основы менеджмента: Учебник для вузов / А.П. Егоршин. - Н.Новг.: НИМБ, 2012. - 320 с.
25. Зиновьев, В. Н. Менеджмент: учебное пособие / В. Н. Зиновьев, И. В. Зиновьева. - Москва: Дашков и К°, 2010. - 477 с.
26. Исаченко, И.И. Основы самоменеджмента: Учебник / И.И. Исаченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 312 с.
27. Казначевская, Г. Б. Менеджмент: учебник / Г. Б. Казначевская. - Ростов-н-Дону: Феникс, 2012. - 452 с.
28. Ковалев, В.В. Основы теории финансового менеджмента / В.В. Ковалев. - М.: Проспект, 2015. - 544 с.

29. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для бакалавров / Э. М. Коротков. – Москва : Юрайт, 2012. – 640 с.
30. Коротков, Э.М. Основы менеджмента: Учебное пособие / И.Ю. Солдатова, Э.М. Коротков; Под ред. И.Ю. Солдатов, М.А. Чернышева. – М.: Дашков и К, Академцентр, 2013. – 272 с.
31. Коссов В.В. Бизнес-план: обоснование решений: Учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп.– М.: ГУ ВШЭ, 2010.– 272с.
32. Костин, В. А. Менеджмент: учебное пособие / В. А. Костин, Т. В. Костина. – Москва : Гардарики, 2008. – 334 с.
33. Круглова, Н. Ю. Основы менеджмента: учебное пособие / Н. Ю. Круглова. – Москва: КноРус, 2009. – 499 с.
34. Круи, М. Основы риск-менеджмента / М. Круи, Д. Галай, Р. Марк. – Люберцы: Юрайт, 2015. – 390 с.
35. Маркевич, А.Л. Основы экономики, менеджмента и маркетинга для морских специальностей рыбопромыслового флота / А.Л. Маркевич. – М.: МОРКНИГА, 2012. – 267 с.
36. Менеджмент организации: учебник для высших учебных заведений по экономическим специальностям / А. В. Тебекин, Б. С. Касаев. – Москва: КноРус, 2007. – 407 с.
37. Менеджмент: пособие / И. В. Балдин, Г. Е. Ясников. – Минск: БГЭУ, 2007. – 305 с.
38. Менеджмент: учебник / [С. И. Ашмарина и др.]; под редакцией С. И. Ашмариной. – Москва: Читай!: Рид Групп, 2011. – 572 с.
39. Менеджмент: учебник для высших учебных заведений по экономическим специальностям / [А. В. Игнатьева и др.]; под редакцией М. М. Максимцова, М. А. Комарова. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 320 с.
40. Менеджмент: учебное пособие / В. Н. Зиновьев, И. В. Зиновьева. – Москва: Дашков и К, 2007. – 477 с.
41. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Вильямс, 2016. – 672 с.
42. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В. П. Буров. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. – 256 с.
43. Мясоедов, С.П. Основы кросскультурного менеджмента. Как вести бизнес с представителями других стран и культур: Учебное пособие / С.П. Мясоедов. – М.: ИД Дело РАНХиГС, 2012. – 256 с.
44. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.
45. Основы менеджмента: учебник для высших учебных заведений по специальности "Менеджмент организации" / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – Москва: Дашков и К, 2007. – 553 с.
46. Основы менеджмента: учебник для высших учебных заведений по экономическим специальностям / [Н. Д. Эриашвили и др.]; под редакцией И. В. Бородушко и В. В. Лукашевича. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 270 с.
47. Основы менеджмента: учебник по специальности "Менеджмент организации" / [А. И. Афоничкин и др.]; под редакцией А. И. Афоничкина. – Санкт-Петербург: Питер, 2007. – 522 с.
48. Основы менеджмента: учебное пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации" / [Э. М. Коротков и др.]. – Москва: Дашков и К. – Ростов-на-Дону: Наука-Пресс, 2007. – 254 с.
49. Попов, В.Н. Бизнес – планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов.- М.: Финансы и статистика, 2009. – 246 с.
50. Попов, В.Н. Основы менеджмента: Учебное пособие / В.Н. Попов, В.С. Касьянов. – М.: КноРус, 2013. – 320 с.
51. Попов, С.Г. Основы менеджмента: Учебное пособие / С.Г. Попов. – М.: Ось-89, 2013. – 176 с.
52. Просветов, Г. И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. – 2-е изд., доп. – М. : Альфа-Пресс, 2008. – 255 с.
53. Репина, Е.А. Основы менеджмента: Учебное пособие / Е.А. Репина, М.А. Чернышев, Т.Ю. Анопоченко. – М.: НИЦ ИНФРА-М, Академцентр, 2013. – 240 с.
54. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 488 с.
55. Сборник бизнес-планов: практическое пособие / ред. Ю. Н. Лапыгин. – М.: Омега-Л, 2012. – 310 с.
56. Семенов, А. К. Основы менеджмента: учебник / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – Москва: Дашков и К^о, 2009. – 575 с.
57. Солдатова, И.Ю. Основы менеджмента: Учебное пособие / И.Ю. Солдатова, М.А. Чернышева. – М.: Дашков и К, 2015. – 272 с.
58. Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации.- М.: Книга сервис, 2012. – 346 с.
59. Теория управления: учебник / [Ю. П. Алексеев и др.]; под общей редакцией: А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухина. – Москва: Издательство РАГС, 2010. – 557 с.
60. Теория управления: учебное пособие по специальности "Государственное и муниципальное управление" / В. Г. Игнатов, Л. Н. Албастова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 478 с.
61. Управленческие решения: учебник по специальности "Менеджмент организации" / С. Н. Чудновская. –

Москва: Эксмо, 2007. – 366 с.

62. Уткин, Э.А. Бизнес-план компании / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.

63. Хангер, Дж., Д. Основы стратегического менеджмента: Учебник / Дж. Д. Хангер, Т.Л. Уилен. - М.: ЮНИТИ, 2012. - 319 с.

64. Черняк, В.З. Бизнес планирование: Учебник для вузов.- М. ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 470 с.

65. Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / Д. А. Шевчук. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 208 с.

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

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/10313>