

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/vkr/107209>

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Менеджмент организации

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ 5

1.1 Критерии оценки эффективности работы предприятия 5

1.2 Критерии оценки эффективности проекта 14

2 АНАЛИЗ ПРЕДПОСЫЛОК ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО "ФАРФОР" 23

2.1 Краткая характеристика организации ООО "Фарфор" 23

2.2 Оценка развития российского рынка оптовой торговли 27

2.3 Анализ конкурентных преимуществ предприятий, функционирующих на рынке оптовой торговли 33

3 ПРОЕКТ СОЗДАНИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО "ФАРФОР" 41

3.1 Резюме и содержание проекта создания торгового предприятия 41

3.2 Оценка эффективности проекта создания торгового предприятия 48

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 54

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 56

ПРИЛОЖЕНИЯ 58

Третья стадия планирования включает в себя собственно разработку бизнес – модели, которая направлена на получение желаемого состояния бизнес – процесса. Такая модель показывает, каким будет или должен быть процесс в итоге. Она включает в себя все необходимые для его совершенствования изменения. На завершающей стадии бизнес – планирования происходит тестирование и после получения положительного результата внедрение модели на предприятии.

Таким образом, бизнес – планирование проходит через четыре основных стадии от изготовления исходной базовой модели до разработки и внедрения итоговой модели, которая бы включала все необходимые для изменения процесса составляющие. При этом бизнес – моделирование должно основываться на ряде основополагающих принципов, которые помогли учесть всю полноту влияющих факторов и сделать модель более адекватной к необходимости предприятия.

Основные методы оценки проектов представлены на рисунке 8.

Рисунок 8 - Методы оценки проекта[5, с.170]

Внутренняя норма доходности проекта — это ставка процента, при которой приведенная стоимость всех денежных потоков инвестиционного проекта (т.е. NPV) равна нулю.

Срок окупаемости инвестиционного проекта представляет собой отношение первоначальных инвестиций в проект к среднегодовой доходности проекта.

Чистая текущая стоимость (NPV) – это показатель экономической эффективности проекта, который рассчитывается путём дисконтирования (приведения к текущей стоимости, т.е. на момент инвестирования) ожидаемых денежных потоков (как доходов, так и расходов).

Дисконтированный период окупаемости - это срок, требуемый для возврата вложенных инвестиций в проект за счет чистого денежного потока с учетом ставки дисконтирования.

Смысл оптимизации проекта связан с тем, что инвестиционные решения компаний обычно связаны со множеством ограничений пространственного и временного характера. Например, это могут быть ограничения в источниках финансирования проектов, либо отсутствие возможных вариантов вложений свободных денежных средств, которые удовлетворяли бы компанию. Также проект может быть отложен во времени из-за необходимости ожидания поступления средств, которые генерируются еще ранее принятыми проектами.

Пространственная оптимизация проекта имеет место в том случае, если финансовые ресурсы компании ограничены сверху, какими-либо планами. То есть речь идет о том, чтобы максимально эффективно использовать имеющиеся денежные ресурсы. В данном случае выбирается критерий максимизации суммарной чистой приведенной стоимости NPV, который представляет собой разницу между всеми денежными притоками и оттоками, приведёнными к текущему моменту времени оценки инвестиционного проекта ($NPV = \sum (CF/(1+i)^t)$).

Временная оптимизация имеет место, если существует несколько доступных инвестиционных проектов для реализации в течение некоторого промежутка времени. Здесь важным показателем эффективности проекта является анализ срока его окупаемости.

В основе методики составления оптимального портфеля находятся фактор минимизации суммарных потерь от того, что проекты откладываются во времени, необходимость расчета значения NPV и индекса рентабельности проекта PI, который рассчитывается как отношение дисконтированных доходов к размеру вложенных инвестиционных средств.

Таким образом, сделаем выводы по первой главе исследования. В целом оценка проекта осуществляется по ряду важнейших экономических и финансовых показателей, которые способны помочь инвестору принять правильное инвестиционное решение. Также существует множество подходов к оценке эффективности деятельности предприятий, которые учитывают такие показатели, как выручка, прибыль, рентабельность и отдача инвестиций. Поэтому рассмотренные выше подходы можно будет использовать при оценке эффективности проекта создания предприятия в сфере услуг.

2 АНАЛИЗ ПРЕДПОСЫЛОК ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО "ФАРФОР"

2.1 Краткая характеристика организации ООО "Фарфор"

Компания ООО «Фарфор» расположена по адресу Московская обл., г. Лобня, ул. Силикатная 2. Торговый Дом ООО «Фарфор» - интернет-магазин сантехнического оборудования и товаров для ремонта. Компания является официальным дилером ЗАО «ЛЗСФ» более 18 лет и успешно продает санитарно-технические изделия напрямую от производителя в городе Лобня.

Кроме этого, компания сотрудничает с другими заводами-изготовителями по всей России и за рубежом. Среди них: псковский «Уклад», тульский «РБМ», московский «Орион», чешский «АлкаПласт». Поставщики находятся в Санкт-Петербурге, Ставрополе, Новокузнецке и в других городах.

Это позволило создать интернет-магазин в 2016 году и значительно расширить модельный ряд сантехнических товаров. В ООО «Фарфор» можно заказать изделие оптом или в розницу. В каталоге представлены:

- Сантехническое оборудование;
- Мебель и аксессуары для ванной и кухни;
- Отопительные системы;
- Облицовочная плитка;
- Строительные материалы и прочее.

Компания доставляет продукцию служебным транспортом или транспортной компанией на территории

Москвы и Московской области.

Преимущества сотрудничества с фирмой:

- Все товары сертифицированы – они надежные, функциональные и с большим сроком службы;
- Сотрудничество напрямую с производителями сохраняет доступные цены для покупателей;
- Широкий ассортимент современных изделий - от премиум моделей до более бюджетных.

Чтобы предотвратить какие-либо задержки сроков поставок и не нарушить намеченные планы клиента или не сорвать сроки ремонтно-строительных работ, компания организует доставку приобретенного товара собственными транспортными средствами, с помощью услуг надежных транспортных компаний.

Собственная многолетняя практика доставок товаров покупателю и тщательно отработанные схемы поставок помогут избежать неприятных неожиданностей. Компания гарантирует покупателю своевременность доставки купленной продукции и ее целостность. По желанию покупателя возможен самовывоз по адресу расположения магазина: Московская обл., г. Лобня, ул. Силикатная, д. 2с5.

В случае, когда клиент предпочел получить свою покупку с помощью службы доставки, устанавливается когда и куда она должна быть доставлена. Покупателю следует учитывать, что доставка транспортом компании может быть выполнена в любое удобное для него время.

Согласно накладной, заказ комплектуется товаром в упакованном виде. Количество и качество приобретенного товара проверяется клиентом при его получении, до совершения полного расчета. Факт покупки считается завершенным после получения оплаты экспедитором и подтверждения получения товара подписью клиента в накладной.

Оплату за дополнительные услуги по разгрузке, подъему и установке товара принимает экспедитор.

Для клиентов в магазине действуют постоянные системы скидок.

- по накопительным дисконтным картам
- по дисконтным картам "Новосёл"
- социальная скидка - 5% для пенсионеров, участников боевых действий, многодетных семей.
- по сумме заказа от 3% до 9%.

Оплату товара можете совершить следующим способом:

- наличными при доставке товара курьером или непосредственно в магазине.
- платёжной картой при доставке товара курьером или в магазине.

ООО «Фарфор» осуществляет продажу из своего ассортимента четырьмя способами. Каждый покупатель всегда может остановить свой выбор на максимально приемлемом для себя варианте и купить необходимый товар:

- воспользовавшись «Корзиной» на сайте компании;
- отправив заказ в форме электронного письма на электронную почту компании;
- связавшись с менеджером;
- посетив магазин.

Компетентный менеджер предоставляет объективную информацию по интересующим клиента вопросам и принимает заказ.

Покупатели, желающие посетить магазин в городе Лобня Московской области и совершить покупку непосредственно в магазине, обращаются по адресу: ул. Силикатная дом 2, магазин «Сантехника Фарфор». Магазин открыт для покупателей: Пн-Вс с 9:00 – 20:00.

Потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение семи дней.

В случае, если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара.

Возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара. Отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт и условия покупки товара, не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца.

Потребитель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем.

При отказе потребителя от товара продавец должен возвратить ему денежную сумму, уплаченную потребителем по договору, за исключением расходов продавца на доставку от потребителя возвращенного товара, не позднее чем через десять дней со дня предъявления потребителем соответствующего

требования.

Законом, защищающим права потребителя, установлено право клиента на возврат покупки, имеющей качественные или функциональные недостатки, а также правила совершения данной процедуры, предписывающие возможность ее осуществления.

Покупатель, сделавший покупку и обнаруживший дефекты или неисправности в ней, наличие которых не было оглашено при продаже, посредством дополнительной информации на упаковке или других информативных носителях, имеет право на замену товара с изъянами идентичной качественной продукцией или аналогичной продукцией той же или иной марки. Кроме того, на выбор покупателя может быть предложена соразмерная покупной цене скидка, услуга быстрого и бесплатного устранения неисправности или дефекта либо возмещение затрат на данную услугу, выполненную третьим лицом. Если ни один из вышеперечисленных вариантов покупателя не устраивает, он имеет право аннулировать договор купли-продажи и возвратить покупку, имеющую качественные недостатки, взамен на сумму, уплаченную нее.

Вышеперечисленные требования покупателя могут быть удовлетворены в период, оговоренный в Законе «О защите прав потребителя».

Таким образом, ООО «Фарфор» предлагает широкий ассортимент разнообразной сантехники, мебели для ванных комнат и строительных материалов для торговли, строительства и ремонта. На рынке данной продукции компания уже более 25 лет и приобрела репутацию надежного, ответственного и серьезного партнера.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный Закон от 21.11.1996 №129-ФЗ «О бухгалтерском учете» (в редакции от 28.11.2011 года)
2. Приказ Минфина РФ от 29.07.1998 №34н «Об утверждении положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации» (в редакции от 25.10.2010 года)
3. Приказ Минфина РФ от 13.12.2010 №167н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Оценочные обязательства и условные активы» (ПБУ 8/2010)» (с изменениями от 27.04.2012 года)
4. Аббакумов, В.Л. Бизнес – анализ информации [текст]. – М.: Экономика, 2019. – 384 с.
5. Абрютин, М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. - 2-е изд., испр. [текст]. - М.: Дело и Сервис, 2017. - 256 с.
6. Азаренкова, Г.М. Финансы предприятия [текст]. – М.:Юнити-Дана, 2017. – 154 с.
7. Бариленко, В. И. Бизнес-анализ как важный вид консалтинговых услуг [текст] // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция— № 4. — 2018. — С.202-207.
8. Бариленко, В. И. и др. Основы бизнес — анализа: учебное пособие [текст] / под ред. В. И. Бариленко. — М.: КНОРУС, 2019. — 272 с.
9. Бердников, В. Основы бизнес – моделирования [текст]. – М.: КНОРУС, 2020. – 495 с.
10. Бланк, И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс [текст]. - Киев: Издательство «Ника-Центр», 2018. - 196 с.
11. Воробьев, С.Н. Управленческие решения [текст]. - М: Юнити-Дана, 2017. - 447 с.
12. Дафт ,Ричард Л. Управленческое решение [текст]. - СПб: Питер, 2018. - 231 с.
13. Дэвенпорт, Т. Аналитика как конкурентное преимущество. Новая наука побеждать [текст]. – М.: Дашков и К, 2019. – 626 с.
14. Елиферов, В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление [текст]. – М.: Дашков и К, 2020. – 386 с.
15. Ефимова, О. В. Финансовый анализ [текст]. – М.: «Бухгалтерский учет», 2019. – 547 с.
16. Конрад, К. Бизнес – моделирование [текст]. – М.: Вильямс, 2018. – 576 с.
17. Литвак, Б.Г. Разработка управленческого решения: учебник. 4-е издание, с испр. [текст]. – М: Дело, 2017. – 309 с.
18. Непомнящий, Е.Г. Инвестиционное проектирование [текст]. – Таганрог: ТРТУ, 2019. – 277 с.
19. Новиков, Н.В. Разработка бизнес – плана проекта [текст]. – М.: Экономика, 2017. – 525 с.
20. Паклин, Н., Орешков В. Бизнес-аналитика. От данных к знаниям [текст]. – М.: Дело, 2018. – 371 с.
21. Репин, В.В. , Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов [текст]. – М.: Юнити-Дана, 2019. – 419 с.
22. Савельев, Ю.В. Бизнес – планирование и разработка инвестиционных проектов [текст]. – М.: Юнити-Дана, 2019. – 429 с.
23. Учитель, Ю.Г. SWOT-анализ и синтез – основа формирования стратегии организации [текст]. – М.: Юнити-

Дана, 2018. – 275 с.

24. Чуев, И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [текст]. – М.: Дашков и К, 2017. – 367 с.

25. портал предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smb.gov.ru/>

26. центр развития и поддержки предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://credit-fond.ru/>

27. портал малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pmp.crpp.ru/>

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/vkr/107209>